

문서번호 : KMAC 제 2012-1359호

2012. 09. 26

수 신 : 각 언론사

[직인생략]

참 조 :

제 목 :

2012년 제21차 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과발표 양청의 件

1. 귀사의 일익 번창하심을 기원하며 평소의 후의에 감사 드립니다.

2. KMAC(한국능률협회컨설팅)에서는 금년 4~8월에 걸쳐 한국산업의 고객만족도(KCSI : Korean Customer Satisfaction Index) 조사를 실시하였습니다.

3. 본 조사는 1992년부터 실시되어 올해 21회째를 맞이한 국내 최고 권위와 인지도의 고객만족도 조사 제도이며, 국내 시장의 급격한 환경 변화 및 치열한 경쟁 상황에서 우리나라 산업의 고객만족 수준을 진단하여 산업의 질적 성장 정도를 평가하고, 나아가 국내산업의 대외 경쟁력을 제고함과 동시에 소비자의 권익을 보호하는데 기여하고자 실시되고 있습니다.

4. 첨부된 자료는 조사결과를 아래와 같이 축약한 것이오니 귀지(방송)의 보도를 양청합니다.

본 자료는 9월 27일(목) 조간 (방송은 9월 26일 17:00)부터 보도를 요망합니다.**- 아 래 -**

가. 제 1 부 : 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요

- 1) KCSI의 정의
- 2) KCSI 조사의 배경 및 목적
- 3) KCSI 조사의 우수성
- 4) KCSI 조사 현황
- 5) KCSI 측정 모델 및 산출 방법
- 6) 2012년 조사 설계

나. 제 2 부 : 2012년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 결과

- 1) KCSI 전체 특징
- 2) 산업별 KCSI 주요 특징
- 3) 산업별 KCSI 1위 기업
- 4) 산업별 KCSI 1위 기업의 특징
- 5) KCSI 향상을 위한 제언

■ Appendix : 2012년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 산업별 결과

※ 첨부 : 2012년 제21차 한국산업의 고객만족도(KCSI) 조사 개요 및 결과 1부. 끝.

한국능률협회컨설팅
대표이사 김 종 립

1. KCSI의 정의

지난 1992년 첫 시행 이후 21년째를 맞이하는 대한민국 대표 고객만족도 조사 제도

- KCSI(Korean Customer Satisfaction Index : 한국산업의 고객만족도)는 한국산업의 각 산업별 상품, 서비스에 대한 고객들의 만족 정도를 나타내는 지수로서 미래의 질적인 성장을 보여주는 지표이다. KCSI는 KMAC가 1992년 한국산업의 특성을 감안하여 개발했다.
- KCSI는 국내에서 가장 오랜 역사와 공신력을 인정받고 있는 한국산업의 대표적인 고객만족 지수로서 일반 소비자들에게도 널리 알려져 있다. 이는 미국의 ACSI에 2년, 국내 NCSI에 6년 앞선 평가 모델로서 조사대상 산업이 전체 GDP의 약 75%를 차지할 만큼 국내 산업의 대표적 고객만족도 조사제도이다.

2. KCSI 조사의 배경 및 목적

국내 산업의 질적 성장 정도 평가, 미래 성장을 위한 선행 지표

- KCSI는 경제성장의 양적 성장을 평가하는 GNP, GDP 등 생산성 지표와는 달리 국가산업경제의 질적 성장을 평가하는 지표이다. KCSI는 우리나라 산업의 질적 성장을 유도하고 각 산업 또는 기업들이 경쟁력을 확보할 수 있도록 개발되었다.
- KCSI 조사 결과는 매년 우리나라 경제사회에 공표함으로써 각 산업 및 기업의 현 위치를 확인하고 향후 관련 산업 및 기업의 경쟁력 향상을 위한 기초자료로 활용할 수 있도록 하는 데에 그 목적이 있다.
- KCSI 조사 결과를 통해 각 기업은 시장에서의 자사 경쟁력 파악은 물론 고객의 불만을 야기하는 상품이나 서비스의 문제점들을 개선함으로써 고객지향적인 경영활동을 전개할 수 있도록 해준다. 또한 미래에 자사의 성장 가능성을 예측함으로써 미래에 대한 대비를 할 수 있게 해준다.

3. KCSI 조사의 우수성

한국 산업 및 기업의 고객만족 문화 정착 및 고객만족 수준 상승 견인

- 고객만족에 대한 개념이 전무하던 1990년대 초반부터 KCSI가 해마다 조사 및 발표됨에 따라 각 기업들은 고객만족경영에 대해 차츰 관심을 갖게 되었고, 이를 토대로 우리나라 산업계 전반에 고객만족 문화가 확산되게 되었다. 이러한 고객만족 문화는 현재 공공부문에까지 확산되어 모든 공공기관이 고객만족도에 의해 평가 받는 시대가 되었다.
- 21년 동안 시행되면서 그 동안 IMF 체제, 미국 발 금융대란 등 많은 위기가 닥쳐왔지만 KCSI 지수는 지난 1992년과 비교하여 27.7점(66%)이 상승한 것으로 나타나 지속적이고 진정한 고객만족경영을 추진하고 고객가치를 우선시 해 온 기업들은 불황 가운데서도 성장과 발전을 거둘 수 있음을 입증해 왔다.

고객 권익 보호에 앞장서 국민 삶의 질 향상에 기여

- KCSI 조사 결과는 우리나라 산업경제의 거시적 방향설정을 위한 정부 경제정책에 활용되고 개별기업의 경영정책 수립에 활용됨은 물론 소비자 권익보호에도 일조함으로써 궁극적으로 국민 생활의 질을 향상시키는 산업문화가 정착되는데 기여할 것으로 믿는다.

공공분야(공기업, 준정부기관, 기타 공공기관) 고객만족평가 모델로 확장

- KCSI로 시작된 고객만족 문화는 공공분야에까지 전파되었고, 최근에는 모든 공공기관이 고객만족도로 평가 받는 시대가 되었다. 이러한 평가를 위해 KCSI 시행 경험을 토대로 한 PCSI 모델이 공공분야 평가 모델로 채택된 바 있다. 이 모델을 통해 국내 300여 공공기관이 매년 국민들로부터 고객만족도 평가를 받고 있다.

4. KCSI 조사 현황

매년 100개 이상의 산업을 대상으로 조사

- KCSI는 1992년 12개 산업으로 조사를 시작하여 2000년대에 접어들며 조사대상 산업이 100개 내외로 확대되면서 크게 성장했다. 내구재 제조업, 소비재 제조업, 일반 서비스업, 공공 서비스업 등 국내 전 산업에 걸쳐 조사를 진행하고 있으며, 우리나라 산업의 질적 성장을 유도하고 각 기업들이 경쟁력을 확보하는데 기초 자료로써 활용할 수 있도록 매년 지원하고 있다.

연도별 발표 산업 수

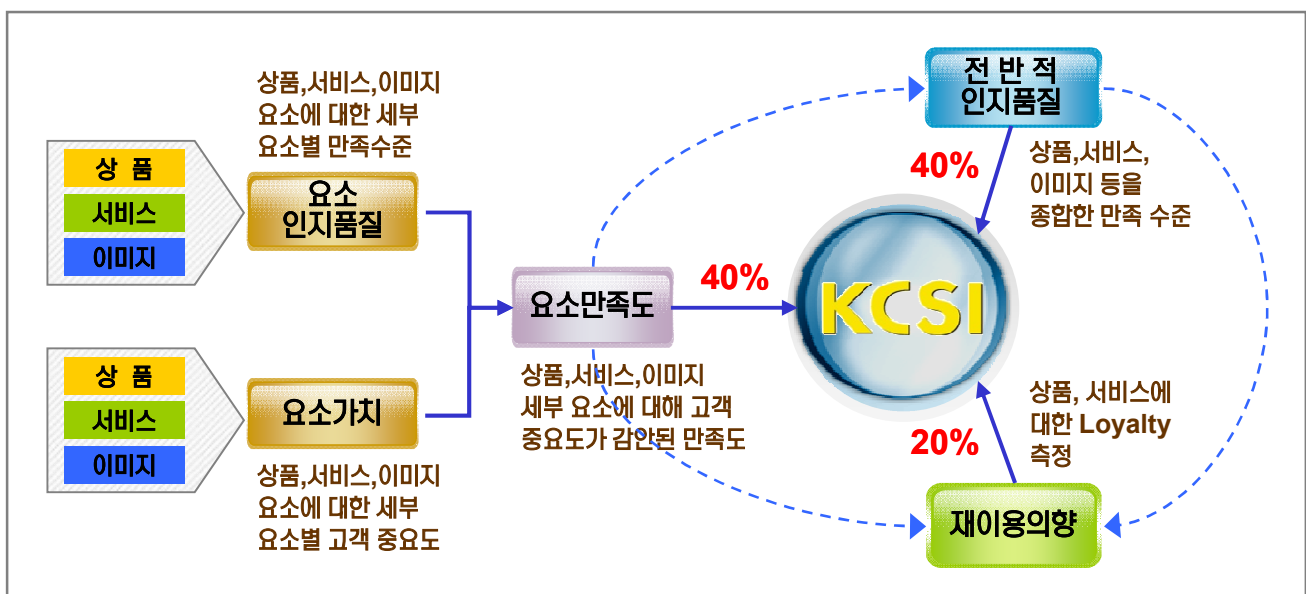
(단위 : 개)

구분	1992년	1993년	1994년	1995년	1996년	1997년	1998년	1999년	2000년	2001년	2002년
제조업	7	7	5	5	7	14	33	32	43	48	53
서비스업	5	1	11	10	8	30	27	42	45	47	47
계	12	8	16	15	15	44	60	74	88	95	100

구분	2003년	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
제조업	53	63	58	57	59	57	54	48	48	51
서비스업	47	47	45	44	46	49	49	51	54	57
계	100	110	103	101	105	106	103	99	102	108

5. KCSI 측정 모델 및 산출 방법

전반적 만족도(40%), 요소 종합만족도(40%), 재구매 의향(20%)으로 측정돼



→ 본 조사의 고객만족도(KCSI)는 전반적 만족도 40%, 요소 만족도(산업별 특성 고려) 40%, 재구매(이용) 의향을 20%를 반영한 점수이다.

■ KCSI(종합만족도)

$$= (\text{전반적 만족도} \times 0.4) + (\text{요소만족도} \times 0.4) + (\text{재이용(구입)의향률} \times 0.2)$$

▷ 전반적 만족도

설문지상의 전반적인 만족 정도를 묻는 문항에 「매우 만족」과 「만족」에 응답한 비율 측정(Top 2 비율)

▷ 요소만족도

$$\sum_{i=1}^n C_i \cdot W_i \quad \begin{array}{l} \text{※ } C_i : i\text{번째 세부요소의 TOP 2 비율} \\ \text{Wi : } i\text{번째 세부요소의 중요도 가중치} \end{array}$$

▷ 재이용(구입)의향률

향후 재이용(구입) 의향을 묻는 문항에서의 Top 2 비율 측정(「재이용(구입) 의향이 매우 있다」와 「재이용(구입) 의향이 있다」에 응답한 비율)

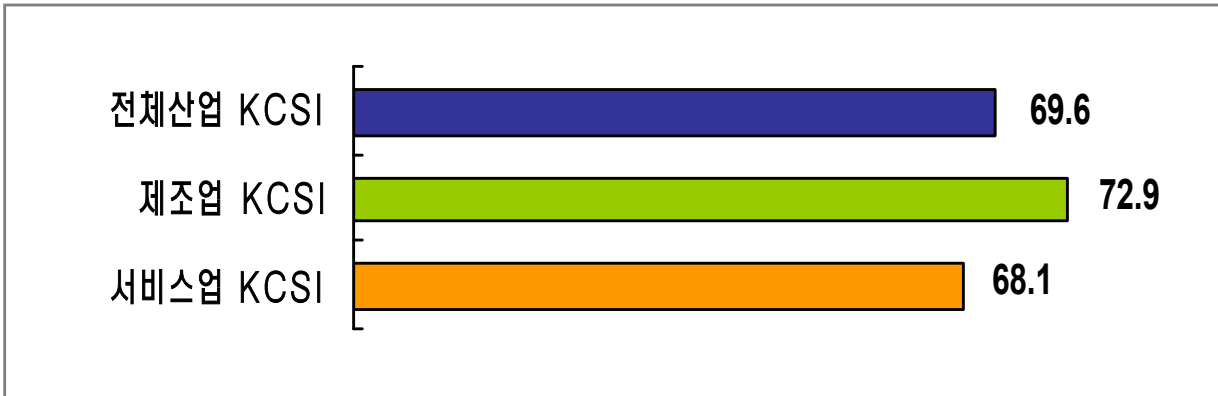
6. 2012년 조사 설계

- 1) 모 집 단 : 국내에서 소비생활을 하고 있는 한국인으로서 만 18세 이상 65세 미만의 남·녀
- 2) 표본크기 : 10,524명
- 3) 표본추출방법 : 유의할당표본추출 (Purposive Quota Sampling)
/ 지역별 인구수, 성별을 고려한 할당
- 4) 조사방법 : 면접원의 가구방문에 의한 일대일 면접 (Face to Face Interview)
- 5) 조사지역 : 서울, 수도권(수원, 성남, 안양, 부천, 안산, 고양, 용인) 및 6대 광역시
- 6) 조사기간 : 2012년 4월 27일 ~ 8월 17일
- 7) 조사대상산업 : 소비재 제조업, 내구재 제조업, 일반서비스업, 공공서비스업 등
총 108개 산업(350여 기업)

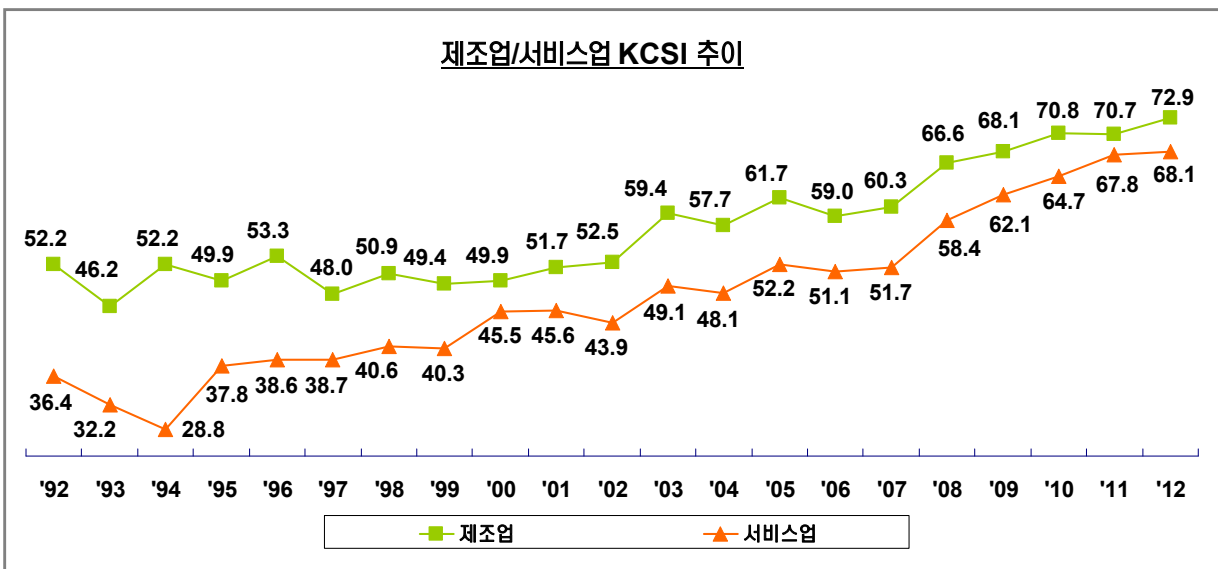
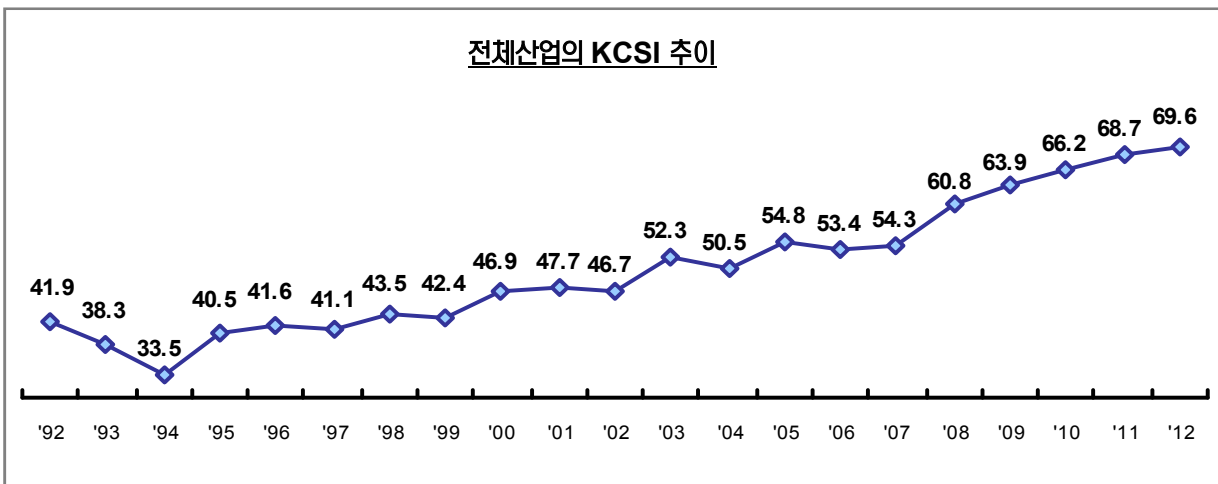
산업부문	2012년 KCSI 조사대상 산업
소비재 제조업 (31개)	1) 가공우유(신규발표) 2) 간장 3) 고추장 4) 과실주스 5) 라면 6) 맥주 7) 비스킷 8) 소주 9) 식용유 10) 아이스크림 11) 우유 12) 유산균발효유 13) 참치캔 14) 남성내의 15) 남성용기초화장품 16) 남성정장 17) 담배 18) 밀폐용기 19) 생리대 20) 샴푸 21) 섬유유연제 22) 세탁세제 23) 아웃도어의류(신규발표) 24) 여성내의 25) 여성용기초화장품 26) 여성용한방화장품(신규발표) 27) 정장구두 28) 주방세제 29) 치약 30) 캐주얼화 31) 화장지
내구재 제조업 (20개)	1) 가정용복합기 2) 가정용에어컨 3) 가정용정수기 4) 김치냉장고 5) 냉장고 6) 노트북PC 7) 데스크톱PC 8) 디지털카메라 9) 복사기 10) 세탁기 11) 이동전화단말기 12) 전기밥솥 13) TV 14) 가정용보일러 15) 부엌가구 16) 승용자동차타이어 17) 일반승용차 18) 침대 19) 피아노 20) RV승용차
일반 서비스업 (47개)	1) 생명보험 2) 신용카드 3) 온라인자동차보험 4) 은행 5) 자동차보험 6) 장기보험 7) 증권 8) 체크카드 9) 대형마트 10) 대형서점 11) 대형슈퍼마켓 12) 도넛전문점 13) 면세점(신규발표) 14) 백화점 15) 소셜커머스(신규발표) 16) 영화관 17) 오픈마켓 18) 인터넷서점 19) 인터넷쇼핑몰 20) 전자제품전문점 21) 제과/제빵점 22) 커피전문점 23) 패밀리레스토랑 24) 패스트푸드점 25) 편의점 26) 피자전문점 27) 학습지 28) TV홈쇼핑 29) 검색포탈사이트 30) 국제전화 31) 시내/시외전화 32) 이동전화 33) 인터넷전화 34) 인터넷TV(IPTV) 35) 초고속인터넷 36) 고속버스 37) 도시가스 38) 스키장 39) 아파트 40) 여행사(해외여행) 41) 워터파크(신규발표) 42) 종합레저시설 43) 종합병원 44) 주유소 45) 콘도미니엄 46) 택배 47) 항공
공공 서비스업 (10개)	1) 고속도로관리 2) 교육 3) 등기소 4) 세무서 5) 수도 6) 우편 7) 전력 8) 철도 9) 치안 10) 지하철

1. KCSI 전체 특징

1) 2012년 한국산업의 고객만족도(KCSI)



2) 한국산업의 고객만족도(KCSI) 추이



1. KCSI 전체 특징

3) 2012년도 KCSI 특징 및 경향

한국산업의 고객만족도(KCSI), 제조업의 상승에 따라 전체 점수 소폭 상승. 하지만 서비스업은 정체

- 2012년 전체산업의 KCSI는 전년 대비 0.9점 높아진 69.6점으로 나타났으며, 2006년 이후 6년 연속 상승세를 유지함
- 산업별로는 제조업이 72.9점으로 전년 대비 2.2점의 상승을 보였으며, 서비스업(공공 서비스 포함)이 68.1점으로 소폭의 상승세(0.3점)를 유지함
- 최근 들어 뚜렷해진 저성장 기조 속에서 소비자들은 제품과 서비스의 선택 과정에서 더 많은 탐색과 비교를 하게 되며, 구매 후에도 호황 시기보다 까다로운 평가를 내리게 되기 마련임. 이러한 상황 속에서 소폭이나마 고객만족도의 상승이라는 결과가 나온 것은 기업들의 시장과 고객에 대한 연구를 기반으로 한 부단한 노력이 반영된 결과라 할 수 있으며, 특히 내구재를 중심으로 한 제조업의 상승은 글로벌 경기 침체 가운데에서도 선전하고 있는 국내 기업의 품질을 국내 소비자들도 인정했다는 의미로 받아들일 수 있음

108개 산업 중 69개 산업은 만족도 상승, 32개 산업은 만족도 하락

- 올해 전체 조사 대상인 108개 산업 중 약 63.9%에 달하는 69개 산업의 KCSI가 전년 대비 높아졌음. 반면 하락한 산업은 약 29.6%인 32개로 나타나 전체적으로는 2012년 한국산업의 고객만족도가 상승하였음
- 제조업의 경우 신규 조사된 4개 산업을 제외한 47개 산업 중 34개 산업에서 만족도가 상승하였으며, 서비스업(공공 서비스 포함)의 경우 신규 조사된 3개 산업을 제외한 54개 산업 중 35개 산업에서 작년보다 만족도가 상승하였음

내구재 제조업의 전반적 상향세와 통신 관련 서비스의 도약이 전체 지수 상승 분위기 주도

- 제조업에서는 글로벌 기업인 삼성전자와 현대차가 주도하는 내구재 산업의 고객만족도 상승세가 큰 것으로 나타남. 냉장고, TV, 에어컨, 승용차 등의 만족도 점수가 가장 높았고, RV 승용차나 휴대폰의 전년 대비 상승폭이 가장 높았음
- 스마트폰을 중심으로 한 정보 통신 산업에 대한 전 세계적인 관심 및 관련 기업의 노력으로 유무선전화, IPTV, 인터넷서비스 등 통신 관련 산업이 모두 상승함. 또한 항공, 콘도미니엄, 스키장 등 레저 관련 산업과 패스트푸드, 커피전문점, 패밀리레스토랑 등 외식 관련 서비스업의 만족도도 상승세를 보임

경기 상승세 둔화 분위기를 타고 도소매 유통 산업과 생활용품 관련 제조업은 하락함

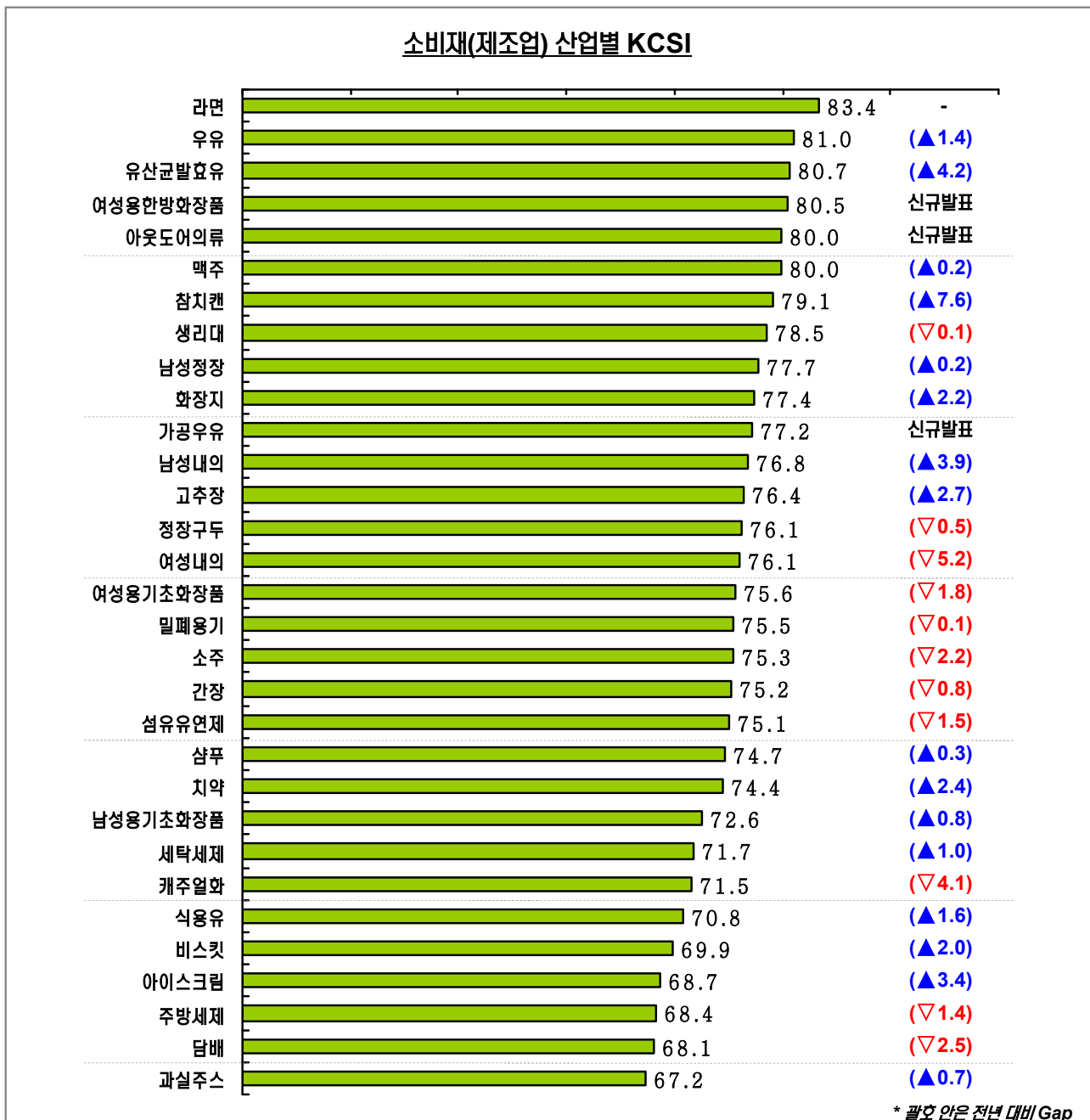
- 최근 들어 사회적 이슈가 되어온 중소 상인 보호 관련 분쟁으로 대형마트, 대형수퍼, 백화점 등 대표적인 도소매 유통업의 만족도가 하락함
- 또한 경기 저성장의 여파로 서민 생활과 직결되는 생활용품 등의 만족도도 하락하였음
- 공공 분야는 상승과 하락 산업수가 비슷한 비율을 보이며 다소 하락한 모습을 보여, 국민 체감 만족도를 높이기 위한 보다 강도 높은 혁신 활동이 요구됨

2. 산업별 KCSI 주요 특징

1) 소비자 제조업의 고객만족도 특징

소비자 제조업의 음식료 관련 소비재는 상승분위기이나 생활용품 및 기타 소비재는 상당수 하락

- 금년도 소비재의 만족도는 전체적으로 음식료 관련 소비재는 상승세였으나 생활용품 관련 소비재는 하락세였다.
- 산업별로는 참치캔(▲ 7.6점), 유산균발효유(▲ 4.2점), 아이스크림(▲ 3.4점) 등의 음식료 관련 산업의 만족도가 비교적 큰 폭으로 상승한 반면, 여성내의(▽ 5.2점), 캐주얼화(▽ 4.1점), 담배(▽ 2.5점) 등은 전년 대비 만족도가 소폭 하락했다.
- 라면이 83.4점의 만족도를 기록하며 소비자 산업 내에서 가장 높은 만족도를 나타냈으며, 우유(81.0점), 여성용 한방화장품(80.5점), 아웃도어의류(80.0점), 맥주(80.0점) 등이 80점 이상의 만족도 최상위 그룹을 형성했다.



2. 산업별 KCSI 주요 특징

2) 내구재 제조업의 고객만족도 특징

전년에 이어 냉장고, TV, 에어컨 등 생활가전 및 자동차 관련 산업이 내구재 만족도 상승세 이끌어

- 내구재 산업은 전반적으로 만족도가 상승했으며, 냉장고(83.2점), TV(83.0점), 가정용에어컨(82.2점) 등 5개 산업이 80점 이상의 만족도를 보이며 고객들로부터 좋은 평가를 받았다.
- 또한 일반승용차(80.5점), RV승용차(78.3점) 등 자동차 관련 산업도 전년 대비 상승 및 타 산업 대비 높은 수준의 만족도를 나타내 글로벌 최상위 수준의 품질을 국내 고객들도 인정하였다.
- 한편, 복사기(▲ 7.8점), 스마트폰 선두경쟁으로 관심이 집중된 이동전화단말기(▲ 5.2점) 산업의 만족도가 전년 대비 가장 많이 상승하였으며, 피아노(▲ 2.3점), 세탁기(▲ 2.2점), 부엌가구(▲ 2.2점) 등도 전년 대비 비교적 높은 만족도의 상승을 나타냈다.

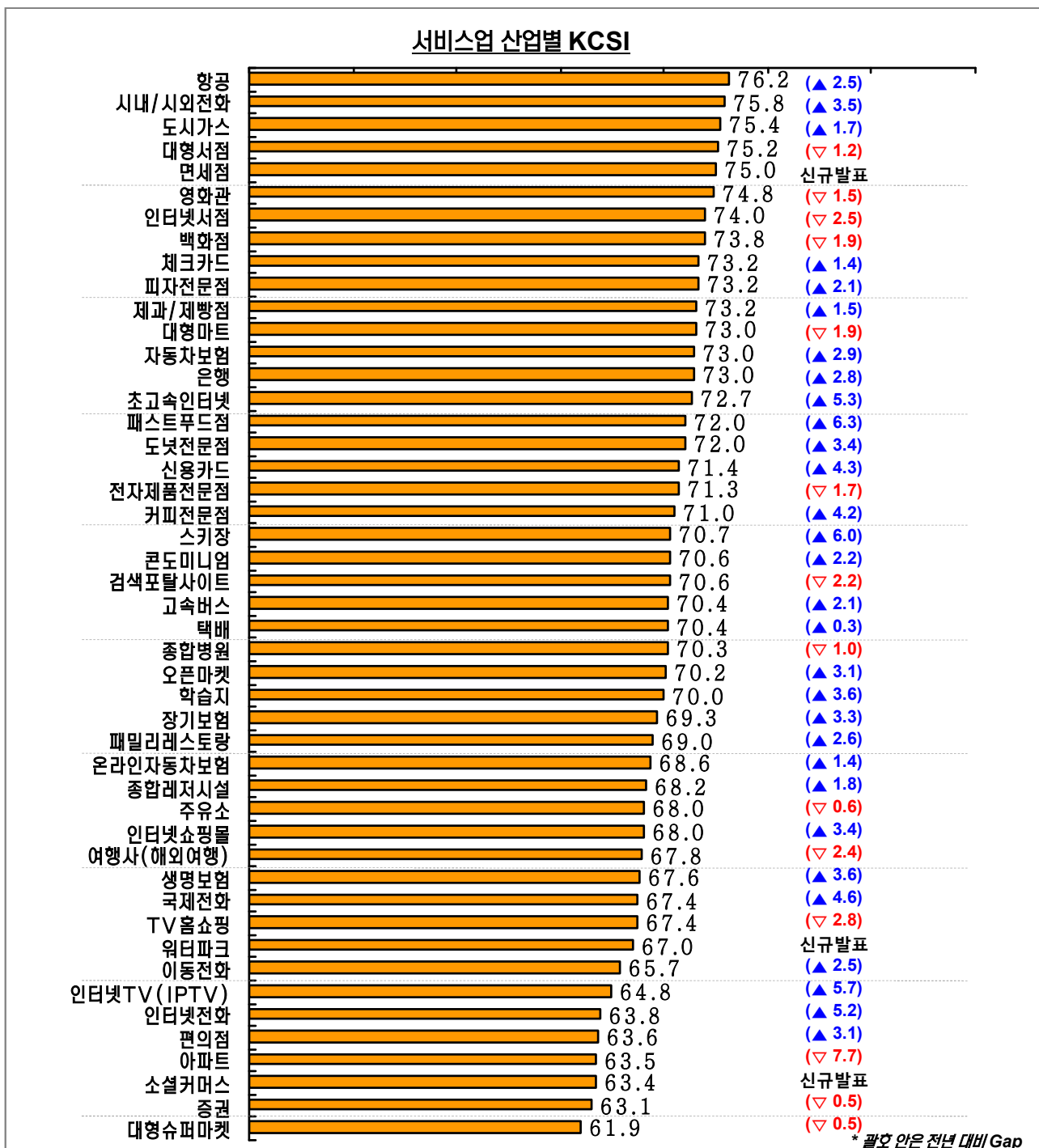


2. 산업별 KCSI 주요 특징

3) 서비스업의 고객만족도 특징

전반적으로 만족도가 소폭 상승한 가운데, 항공, 시내/시외 전화, 대형서점, 면세점 등이 만족도 상위권 형성

- 서비스 산업의 만족도는 전체적으로 0.3점 상승했으나 최근 6년간 가장 낮은 상승폭을 보였다. 총 30개 산업의 만족도가 증가했으나 백화점, 대형마트, 대형슈퍼, 전자제품전문점 등 도소매 유통 산업이 대체로 하락했다.
- 항공, 시내/시외전화, 도시가스, 대형서점, 면세점 등이 75.0점 이상의 높은 만족도 수준을 나타냈으며, 패스트푸드점, 스키장, 초고속인터넷, 인터넷TV, 인터넷전화 등 레저, 통신 산업의 만족도 상승폭이 높았다.

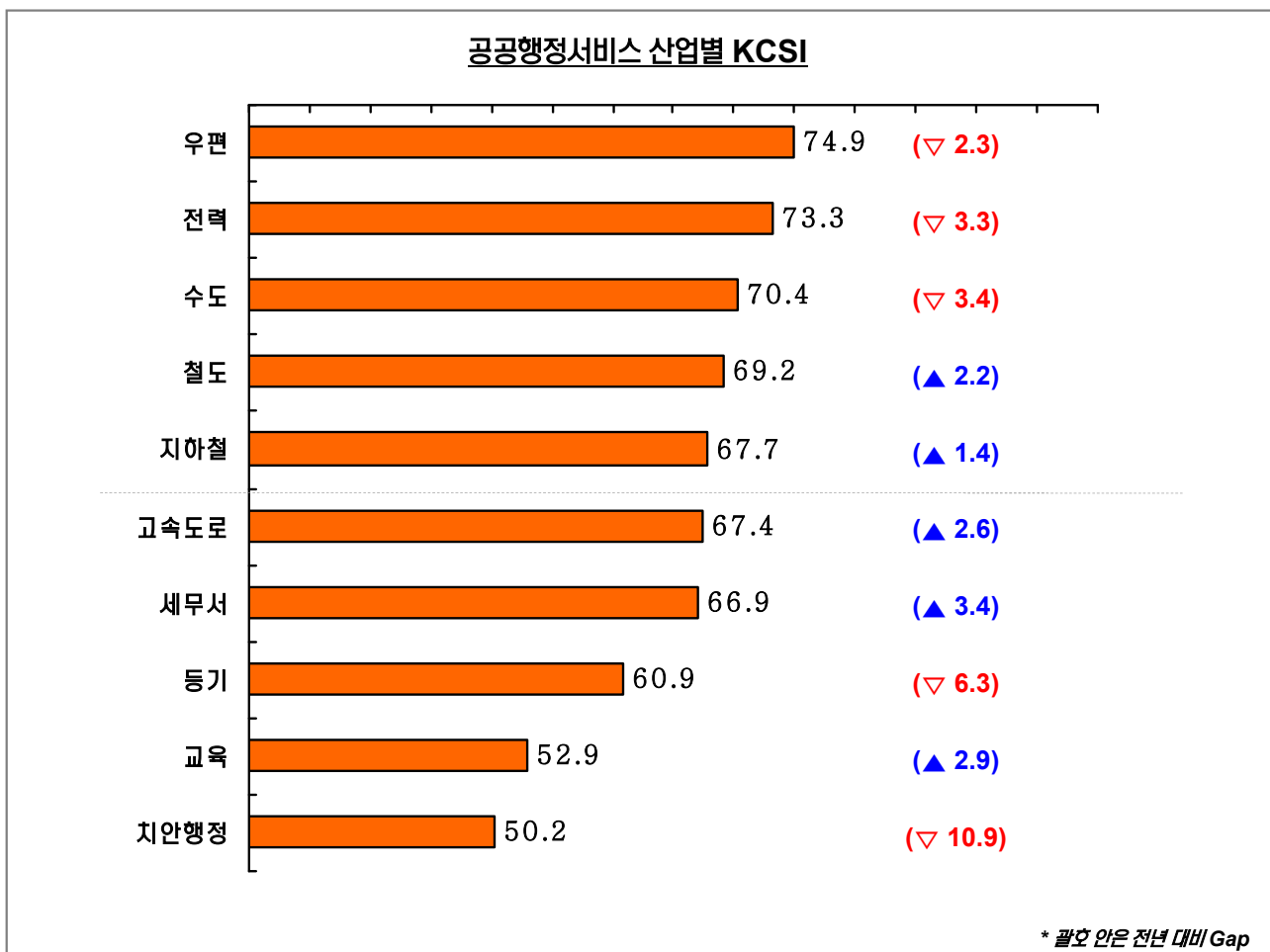


2. 산업별 KCSI 주요 특징

4) 공공행정서비스업의 고객만족도 특징

우편, 전력, 수도 등이 가장 높은 만족도를 나타낸 가운데 전체적 만족도 다소 하락

- 공공행정서비스의 만족도는 전년까지의 상승세가 꺾이며 다소 하락(1.3점)하는 결과가 나타났다.
- 우편(74.9점), 전력(73.3점), 수도(70.4점) 등이 올해도 70점 이상을 유지하며 전통적 상위권을 유지하였으나, 전체적으로는 만족도가 하락하였다.
- 이러한 가운데에서도 세무(▲ 3.4점), 교육(▲ 2.9점), 고속도로관리(▲ 2.6점), 철도(▲ 2.2점) 등은 상승세를 보이며 선두권과의 격차를 줄였다.
- 한편, 올해 역시 교육(52.9점)은 60점 미만의 낮은 만족도 수준을 벗어나지 못했으며, 치안행정(50.2점)도 최근의 빈번한 강력사건 발생으로 만족도가 크게 하락하였다.



3. 산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비재 제조업

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	가공우유	빙그레	빙그레(79.5), 서울우유(77.9), 남양유업(74.3), 매일유업(72.1)	신규 발표	1회
2	간장	샘표식품	샘표식품(75.6), 대상(청정원)(74.5)	'11 1위 : 대상(청정원) (4년 연속 1위)	2회
3	고추장	대상(청정원)	대상(청정원)(77.6), CJ제일제당(해찬들)(75.1)	10년 연속 1위	12회
4	과실주스	롯데칠성음료	롯데칠성음료(70.7), 해태음료(70.0), 한국코카콜라(61.9)	10년 연속 1위	13회
5	라면	농심	농심(85.5), 삼양식품(76.9)	-	2회
6	맥주	하이트맥주	하이트맥주(80.3), OB맥주(카스포함)(79.8)	4년 연속 1위	10회
7	비스킷	오리온	오리온(72.3), 롯데제과(70.7), 해태제과(70.2), 크라운제과(66.7)	'11 1위 : 롯데제과 '10 1위 : 오리온	5회
8	소주	금복주	금복주(77.5), 하이트진로(75.9), 롯데칠성음료(주류BG)(71.7)	'11 1위 : 진로 (2년 연속 1위)	5회
9	식용유	CJ제일제당(백설표)	CJ제일제당(백설표)(71.4), 사조해표(해표)(69.7)	2년 연속 1위	4회
10	아이스크림	빙그레	빙그레(71.8), 롯데삼강(69.3), 해태제과(67.9), 롯데제과(67.5)	6년 연속 1위	7회
11	우유	서울우유	서울우유(82.6), 남양유업(79.8), 매일유업(73.0)	5년 연속 1위	7회
12	유산균발효유	한국야쿠르트	한국야쿠르트(85.9), 남양유업(82.5), 매일유업(75.7)	11년 연속 1위	14회
13	참치캔	동원F&B(동원참치)	동원F&B(동원참치)(80.5), 오투기(오투기참치)(72.6), 사조해표(사조참치)(65.4)	9년 연속 1위	12회
14	남성내의	좋은사람들	좋은사람들(78.6), 쌍방울(구 쌍방울트라이)(78.3), BYC(74.1)	'11 1위 : 쌍방울 '10 1위 : 좋은 사람들	13회
15	남성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(74.6), LG생활건강(70.9), 소망화장품(69.5)	10년 연속 1위	11회
16	남성정장	제일모직	제일모직(81.0), LG패션(78.0), 파크랜드(76.3)	8년 연속 1위	12회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

1) 소비재 제조업(계속)

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
17	담배	한국필립모리스 (말보로)	한국 필립모리스(말보로)(70.7), B.A.T.코리아(던힐)(68.8), KT&G(66.7)	5년 연속 1위	6회
18	밀폐용기	락앤락	락앤락(76.1), 삼광유리(글라스락)(72.6)	2년 연속 1위	2회
19	생리대	유한킴벌리	유한킴벌리(80.2), LG유니참(76.7), 한국P&G(75.7)	3년 연속 1위	4회
20	삼푸	LG생활건강	LG생활건강(76.1), 한국P&G(75.0), 아모레퍼시픽(74.8), 애경산업(73.3), 유니레버코리아(72.1)	'11 1위 : 한국P&G (4년 연속 1위)	1회
21	섬유유연제	옥시레킷벤치저	옥시 레킷벤치저(77.7), 피죤(74.5), LG생활건강(71.3)	2년 연속 1위	3회
22	세탁세제	CJ라이온	CJ라이온(75.5), LG생활건강(68.5), 애경산업(68.3)	16년 연속 1위	16회
23	아웃도어의류	코오롱인더스트리 (코오롱스포츠)	코오롱인더스트리(코오롱스포츠)(81.8), 평안엘앤씨(네파) (81.2), 영원무역(노스페이스)(80.2), 케이투코리아(K2)(79.7), 블랙야크(78.1)	신규 발표	1회
24	여성내의	신영와코루(비너스)	신영와코루(비너스)(76.3), 남영비비안(비비안)(75.9)	13년 연속 1위	13회
25	여성용기초화장품	아모레퍼시픽	아모레퍼시픽(78.7), LG생활건강(76.6)	'11 1위 : LG생활건강 '10 1위 : 아모레퍼시픽	10회
26	여성용한방화장품	아모레퍼시픽 (설화수, 한울)	아모레퍼시픽(설화수, 한울)(81.0), LG생활건강(후, 수려한)(78.6)	신규 발표	1회
27	정장구두	금강제화	금강제화(81.4), 에스콰이아(73.3)	11년 연속 1위	16회
28	주방세제	CJ라이온	CJ라이온(70.5), LG생활건강(66.6), 애경산업(66.5)	7년 연속 1위	13회
29	치약	LG생활건강	LG생활건강(75.0), 애경산업(74.2), 아모레퍼시픽(73.4)	4년 연속 1위	6회
30	캐주얼화	금강제화	금강제화(73.9), 에스콰이아(65.0)	10년 연속 1위	10회
31	화장지	유한킴벌리	유한킴벌리(79.6), 깨끗한나라(76.1), 모나리자(75.8)	7년 연속 1위	11회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

2) 내구재 제조업

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대1위
1	가정용복합기	삼성전자	삼성전자(65.9), 한국HP(63.9), 캐논코리아비즈니스솔루션(62.7), 한국엡손(59.2)	5년 연속 1위	8회
2	가정용에어컨	LG전자	LG전자(84.0), 삼성전자(82.8), 위니아만도(74.2)	6년 연속 1위	12회
3	가정용정수기	웅진코웨이	웅진코웨이(74.8), 청호나이스(71.7)	8년 연속 1위	12회
4	김치냉장고	삼성전자	삼성전자(79.3), 위니아만도(78.1), LG전자(76.3)	2년 연속 1위	2회
5	냉장고	삼성전자	삼성전자(83.9), LG전자(83.4)	3년 연속 1위	8회
6	노트북PC	삼성전자	삼성전자(77.1), LG전자(70.9), 한국HP(62.9)	11년 연속 1위	15회
7	데스크톱PC	삼성전자	삼성전자(77.5), LG전자(68.5), TG삼보컴퓨터(58.7)	11년 연속 1위	15회
8	디지털카메라	캐논코리아 컨슈머이미징	캐논코리아컨슈머이미징(81.2), 삼성전자(80.0), 소니코리아(79.6), 니콘이미징코리아(71.9), 올림푸한국(70.7)	'11 1위 : 소니코리아 (4년 연속 1위)	1회
9	복사기	한국후지제록스	한국후지제록스(68.9), 캐논코리아비즈니스솔루션(66.6), 신도리코(65.4)	12년 연속 1위	12회
10	세탁기	삼성전자	삼성전자(79.9), LG전자(78.4)	3년 연속 1위	10회
11	이동전화단말기	삼성전자	삼성전자(78.6), 애플(아이폰)(76.5), LG전자(70.0), 팬택(SKY)(62.9)	15년 연속 1위	16회
12	전기밥솥	쿠쿠홈시스	쿠쿠홈시스(83.8), 쿠첸(61.3)	12년 연속 1위	12회
13	TV	삼성전자	삼성전자(84.0), LG전자(81.4)	15년 연속 1위	15회
14	가정용보일러	린나이코리아	린나이코리아(70.6), 귀뚜라미보일러(69.5), 경동나비엔(66.1)	7년 연속 1위	15회
15	부엌가구	한샘	한샘(78.2), 에넥스(74.7)	'11 1위 : 에넥스 (6년 연속 1위)	6회
16	승용차타이어	금호타이어	금호타이어(70.6), 한국타이어(66.3)	8년 연속 1위	9회
17	일반승용차	현대자동차	현대자동차(85.6), 르노삼성자동차(77.0), 기아자동차(76.4), 한국지엠(75.1)	19년 연속 1위	19회
18	침대	시몬스	시몬스(72.2), 에이스침대(70.7), 대진침대(66.9)	4년 연속 1위	5회
19	피아노	영창뮤직 (구 영창악기)	영창뮤직(구 영창악기)(80.4), 삼익악기(79.5)	13년 연속 1위	13회
20	RV승용차	현대자동차	현대자동차(80.6), 기아자동차(77.9), 쌍용자동차(74.3)	9년 연속 1위	9회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대1위
1	생명보험	삼성생명	삼성생명(69.6), 대한생명(66.3), 교보생명(63.3)	8년 연속 1위	14회
2	신용카드	신한카드	신한(73.8), 삼성(72.5), KB국민(72.1), 현대(70.9), 우리(70.1), BC(69.5), 롯데(68.3), NH농협(67.0)	2년 연속 1위	2회
3	온라인자동차보험	현대하이카다이렉트	현대하이카다이렉트(68.7), AXA손해보험(AXA다이렉트)(67.3), 에르고다음다이렉트(67.1)	4년 연속 1위	4회
4	은행	KB국민은행	KB국민(74.9), 신한(73.8), 우리(73.3), 하나(73.0), IBK기업(72.4), 외환(71.4), NH농협(69.9)	6년 연속 1위	6회
5	자동차보험	삼성화재	삼성화재(74.8), 현대해상(73.7), 동부화재(71.8), 메리츠화재(70.8), LIG손해보험(70.4)	15년 연속 1위	16회
6	장기보험	삼성화재	삼성화재(71.7), 현대해상(69.5), LIG손해보험(68.7), 메리츠화재(68.3), 동부화재(67.6)	2년 연속 1위	2회
7	증권	삼성증권	삼성(64.1), 현대(63.6), 대신(62.7), 우리투자(62.3), 미래에셋(61.9), 대우(60.9)	7년 연속 1위	9회
8	체크카드	KB국민카드	KB국민(75.9), 신한(74.3), NH농협(72.9), 우리(71.5), BC(68.7)	2년 연속 1위	2회
9	대형마트	이마트	이마트(74.5), 롯데쇼핑(롯데마트)(72.1), 홈플러스(71.7)	2년 연속 1위	10회
10	대형서점	교보문고	교보문고(77.8), 영풍문고(72.6), 서울문고(반디앤루니스)(63.2)	16년 연속 1위	16회
11	대형슈퍼마켓	GS리테일 (GS수퍼마켓)	GS리테일(GS수퍼)(64.8), 롯데쇼핑(롯데수퍼)(61.5), 홈플러스(홈플러스익스프레스)(60.3)	3년 연속 1위	3회
12	도넛전문점	비알코리아 (던킨도너츠)	던킨도너츠(74.0), 크리스피크림(72.0), 미스터도넛(64.5)	2년 연속 1위	2회
13	면세점	호텔롯데 (롯데면세점)	호텔롯데(롯데면세점)(75.7), 호텔신라(신라면세점)(73.6)	신규 발표	1회
14	백화점	신세계 (신세계백화점)	신세계(신세계백화점)(74.9), 롯데쇼핑(롯데백화점)(73.5), 현대백화점(72.8)	6년 연속 1위	6회
15	소셜커머스	티켓몬스터	티켓몬스터(티몬)(65.0), 포워드벤처스엘엘씨(쿠팡)(63.7)	신규 발표	1회
16	영화관	CJ CGV	CJ CGV(75.3), 롯데쇼핑(롯데시네마)(74.7), 메가박스(73.4)	'11 1위 : 롯데시네마 (4년 연속 1위)	2회
17	오픈마켓	SK플래닛 (11번가)	SK플래닛(11번가)(71.4), 이베이옥션(옥션)(70.3), 이베이마켓(G마켓)(69.4)	4년 연속 1위	4회
18	인터넷서점	에스24	에스24(76.1), 교보문고(인터넷교보문고)(74.5), 알라딘커뮤니케이션(알라딘)(74.3), 인터파크(70.5)	4년 연속 1위	4회
19	인터넷쇼핑몰	GS홈쇼핑 (GS SHOP)	GS홈쇼핑(GS SHOP)(69.4), 인터파크(68.3), CJ오쇼핑(CJmall)(68.0), 롯데닷컴(66.5)	'11 1위 : 인터파크 (9년 연속 1위)	1회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대1위
20	전자제품전문점	삼성전자 (삼성디지털프라자)	삼성디지털프라자(75.0), LG베스트숍(73.4), 전자랜드(70.5), 하이마트(68.9)	2년 연속 1위	2회
21	제과/제빵점	파리크라상 (파리바게뜨)	파리크라상(파리바게뜨)(74.5), CJ푸드빌(뚜레쥬르)(71.2), 크라운베이커리(66.2)	2년 연속 1위	4회
22	커피전문점	롯데리아 (엔제리너스커피)	롯데리아(엔제리너스커피)(75.5), 스타벅스커피 코리아(72.6), 카페베네(69.8), 커피빈코리아(68.7), 탐앤탐스(67.4), 할리스에프앤비(할리스커피)(66.4)	3년 연속 1위	3회
23	패밀리레스토랑	CJ푸드빌 (VIPS)	CJ푸드빌(VIPS)(71.9), 아웃백스테이크하우스코리아(아웃백)(70.9), 라이즈온(베니건스)(70.3), 롯데리아(TGIF)(64.1), 이랜드월드(애슐리)(61.6)	3년 연속 1위	3회
24	패스트푸드점	SRS코리아 (KFC)	SRS코리아(KFC)(75.2), 롯데리아(73.1), SRS코리아(버거킹)(72.4), 한국맥도날드(69.0)	3년 연속 1위	4회
25	편의점	GS리테일 (GS25)	GS리테일(GS25)(64.9), BGF리테일(CU)(구 웨미리마트)(64.4), 코리아세븐(세븐일레븐)(62.2), 한국미니스톱(55.5)	10년 연속 1위	13회
26	피자전문점	미스터피자	미스터피자(74.6), 한국피자헛(72.6), 도미노피자(71.5)	4년 연속 1위	5회
27	학습지	대교	대교(71.8), 교원구몬(구몬학습)(70.6), 웅진씽크빅(69.1), 재능교육(68.3)	3년 연속 1위	6회
28	TV홈쇼핑	현대홈쇼핑	현대홈쇼핑(70.4), 롯데홈쇼핑(69.0), CJ오쇼핑(66.6), GS홈쇼핑(65.1), 농수산물쇼핑(63.7)	7년 연속 1위	7회
29	검색포털사이트	NHN(네이버)	NHN(네이버)(74.6), 다음커뮤니케이션(다음)(67.2), 야후코리아(야후)(64.8)	9년 연속 1위	9회
30	국제전화	KT(001)	KT(001)(68.6), SK텔링크(00700)(67.6), LG유플러스(002)(63.2)	3년 연속 1위	13회
31	시내/시외전화	KT	KT(80.0), SK브로드밴드(70.1), LG유플러스(62.8)	13년 연속 1위	14회
32	이동전화	SK텔레콤	SK텔레콤(69.3), KT(64.7), LG유플러스(59.5)	15년 연속 1위	15회
33	인터넷전화	KT	KT(67.7), SK브로드밴드(62.6), LG유플러스(60.2)	3년 연속 1위	3회
34	인터넷TV(IPTV)	KT	KT(66.5), SK브로드밴드(65.0), LG유플러스(61.3)	2년 연속 1위	2회
35	초고속인터넷	KT	KT(75.6), SK브로드밴드(70.6), LG유플러스(69.9)	9년 연속 1위	9회
36	고속버스	금호고속	금호고속(73.0), 중앙고속(70.6), 동양고속(66.8), 동부고속(65.5)	7년 연속 1위	10회
37	도시가스	부산도시가스	부산도시가스(79.5), 대성에너지(구 대구)(78.3), 삼천리도시가스(75.6), 대륜E&S(구 한진)(74.9), 예스코(74.5), 코원에너지서비스(구 대한)(73.9), 서울도시가스(72.9)	10년 연속 1위	10회

3. 산업별 KCSI 1위 기업

3) 일반 서비스업(계속)

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대1위
38	스키장	강원랜드 (하이원리조트)	강원랜드(하이원리조트)(72.2), 무주리조트(71.6), 보광휘닉스파크 (70.5), 대명레저산업(비발디파크)(70.0), 용평리조트(68.8)	4년 연속 1위	4회
39	여행사(해외여행)	하나투어	하나투어(69.3), 롯데관광개발(67.0), 모두투어네트워크(65.5)	4년 연속 1위	4회
40	워터파크	삼성에버랜드 (캐리비안베이)	삼성에버랜드(캐리비안 베이)(69.0), 대명레저산업(비발디파크 오션월드)(66.2)	신규 발표	1회
41	종합레저시설	삼성에버랜드 (에버랜드)	삼성에버랜드(에버랜드)(71.1), 호텔롯데(롯데월드)(68.8), 한덕개발(서울랜드)(59.3)	18년 연속 1위	18회
42	종합병원	삼성서울병원	삼성서울병원(76.0), 서울아산병원(72.2), 세브란스병원(신촌)(71.3), 서울대학교병원(본원)(66.1), 서울성모병원(65.1)	14년 연속 1위	16회
43	주유소	SK에너지 (SK주유소)	SK에너지(SK주유소)(69.3), GS칼텍스(67.5), 에스오일(67.3), 현대오일뱅크(65.9)	2년 연속 1위	13회
44	콘도미니엄	한화리조트	한화리조트(71.4), 대명리조트(70.0)	'11 1위 : 대명리조트 (9년 연속 1위)	3회
45	택배	CJ대한통운	CJ대한통운(73.2), CJ GLS(71.2), 우체국택배(70.1), 한진택배(68.6), 현대택배(67.7)	4년 연속 1위	7회
46	항공	아시아나항공	아시아나항공(78.8), 대한항공(77.3)	6년 연속 1위	16회

4) 공공행정 서비스업

No	산 업	1위 기업	분석대상 기업(브랜드)	연속 1위 횟수	역대 1위
1	일반행정서비스	우정사업본부 (우편)	우편(74.9), 전력(73.3), 수도(70.4), 철도(69.2), 고속도로(67.4), 세무서(66.9), 등기(60.9), 교육(52.9), 치안행정(50.2)	14년 연속 1위	14회
2	지하철	대구도시철도공사	대구도시철도공사(79.6), 광주도시철도공사(78.8), 대전도시철도공사(78.1), 부산교통공사(75.7), 서울도시철도공사(5~8호선)(69.3), 서울메트로(1~4호선)(60.3), 인천지하철공사(60.3)	'11 1위 : 광주도철 (3년 연속 1위)	4회

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

1) KCSI 복수 산업 1위 기업

삼성전자, KT를 비롯한 총 12개 기업이 2개 이상 복수 산업에서 1위 차지해

- 2012년 KCSI에서 삼성전자가 전년대와 동일한 총 9개 산업에서 1위를 차지하며 최다 산업 1위 기업인 것으로 나타났다. 삼성전자는 전년대 1위로 선정된 가전용복합기, 냉장고, 노트북PC, 데스크톱PC, 세탁기, 이동전화단말기, TV, 김치냉장고, 전자제품전문점 등 9개 산업에서 1위를 유지했다.
- 작년 처음으로 5개 산업에서 1위를 차지했던 KT도 작년과 동일한 국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 인터넷TV(IPTV), 초고속인터넷에서 1위를 지켜내며 총 5개 산업에 걸쳐 1위를 차지했다.
- 이 외에도 아모레퍼시픽(남성용기초화장품, 여성용기초화장품, 여성용한방화장품), 금강(정장구두, 캐주얼화), 삼성화재(자동차보험, 장기보험), 유한킴벌리(생리대, 화장지), 현대자동차(일반승용차, RV승용차), CJ라이온(세탁세제, 주방세제), GS리테일(대형슈퍼마켓, 편의점), LG생활건강(삼푸, 치약) 등이 전년에 이어 2개 산업에서 1위를 차지했으며, 빙그레(가공우유, 아이스크림)와 삼성에버랜드(종합레저시설, 워터파크)가 전년 대비 1위 산업이 증가하여 새롭게 복수 산업 1위를 차지했다.

2012년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 복수산업 1위 기업

번호	기업명	1위 산업	비고
1	삼성전자	가전용복합기, 김치냉장고, 냉장고, 노트북PC, 데스크톱PC, 세탁기, 이동전화단말기, TV, 전자제품전문점	9개 산업 1위 (‘11년: 9개 산업 1위)
2	KT	국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 인터넷TV(IPTV), 초고속인터넷	5개 산업 1위 (‘11년: 5개 산업 1위)
3	아모레퍼시픽	남성용기초화장품, 여성용기초화장품, 여성용한방화장품	3개 산업 1위 (‘11년: 1개 산업 1위)
4	금강제화	정장구두, 캐주얼화	2개 산업 1위 (‘11년: 2개 산업 1위)
5	삼성화재	자동차보험, 장기보험	2개 산업 1위 (‘11년: 2개 산업 1위)
6	유한킴벌리	생리대, 화장지	2개 산업 1위 (‘11년: 2개 산업 1위)
7	현대자동차	일반승용차, RV승용차	2개 산업 1위 (‘11년: 2개 산업 1위)
8	CJ라이온	세탁세제, 주방세제	2개 산업 1위 (‘11년: 2개 산업 1위)
9	GS리테일	대형슈퍼마켓, 편의점	2개 산업 1위 (‘11년: 2개 산업 1위)
10	LG생활건강	삼푸, 치약	2개 산업 1위 (‘11년: 2개 산업 1위)
11	빙그레	가공우유, 아이스크림	2개 산업 1위 (‘11년: 1개 산업 1위)
12	삼성에버랜드	종합레저시설, 워터파크	2개 산업 1위 (‘11년: 1개 산업 1위)

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

2) 주요 그룹 계열사별 KCSI 1위 현황

17개 산업에서 1위 차지한 삼성을 비롯하여 KT, CJ, SK 등 주요 그룹 다 부문에서 1위 차지

- 국내 주요 30대 그룹의 올해 KCSI 1위 현황을 분석한 결과, 삼성그룹이 총 21개 조사대상 산업 중 17개 산업에서 1위를 차지하며 타 그룹 대비 월등한 우위를 나타냈다. 삼성그룹은 가정용에어컨과 디지털카메라 등 2개 산업을 제외한 전자부문(9개), 금융부문(4개), 유통 및 기타 산업 부문(4개) 등 17개 산업에 걸쳐 1위를 석권하며 외형적 성장과 더불어 질적인 측면에서도 우수한 성과를 나타냈다.
- KT는 전년에 이어 이동전화를 제외한 국제전화, 시내/시외전화, 인터넷전화, 초고속인터넷, 인터넷TV(IPTV) 등 5개 산업에서 1위를 차지하며 총 6개 조사대상 산업 중 5개 산업에서 1위를 차지하는 통신업계 강자로서의 위상을 다시 한번 증명했다.
- 또한, 고객행복을 최우선의 가치로 추구하는 SK그룹이 9개 대상산업 중 4개 산업(이동전화, 오픈마켓, 주유소, 도시가스)에서 1위를 차지했으며, 그룹 전체가 소비재에서 서비스업 위주로 체질을 바꾸며 고객만족의 중요성을 강조하고 있는 CJ도 4개 산업(식용유, 영화관, 패밀리레스토랑, 택배)에서 1위에 오르며 CS우수 그룹의 명예를 안았다.
- 한편, GS그룹(대형슈퍼마켓, 편의점, 인터넷홈쇼핑)과 롯데그룹(과일주스, 면세점, 커피전문점), LG그룹(치약, 삼푸, 가정용에어컨) 등도 3개 분야 1위에 올랐으며, 금호아시아나그룹(승용차타이어, 항공), 현대자동차(일반승용차, RV승용차) 및 신세계(대형마트, 백화점) 그룹이 다 부문 1위를 기록해 고객만족경영으로 시장을 선도하는 이미지를 유지하였다.

2012년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 주요 그룹 계열사별 1위 현황

※ 1위 산업 수/재무순위 순, 별표(*)는 2012년 신규 1위 산업임

그룹	조사대상 산업 수	1위 산업 수	2012년 KCSI 1위 산업(계열사)
삼성	21개 산업	17개 산업	가정용복합기·김치냉장고·냉장고·노트북PC·데스크톱PC·세탁기·이동전화단말기·TV·전자제품전문점(이상 삼성전자), 생명보험(삼성생명), 자동차보험·장기보험(삼성화재), 증권(삼성증권), 남성정장(제일모직), 종합병원(삼성서울병원), 종합레저시설·워터파크*(삼성에버랜드)
KT	6개 산업	5개 산업	국제전화·시내/시외전화·인터넷전화·인터넷TV(IPTV)·초고속인터넷(KT)
CJ	8개 산업	4개 산업	식용유(CJ제일제당), 영화관(CJ CGV)* , 패밀리레스토랑(CJ푸드빌 VIPS(빔스)), 택배(CJ대한통운)
SK	9개 산업	4개 산업	이동전화(SK텔레콤), 오픈마켓(SK플래닛 11번가), 주유소(SK에너지), 도시가스(SK E&S 부산도시가스)
GS	6개 산업	3개 산업	대형슈퍼마켓·편의점(GS리테일), 인터넷홈쇼핑(GS홈쇼핑)*
롯데	20개 산업	3개 산업	과일주스(롯데칠성음료), 면세점(호텔롯데 롯데면세점)* , 커피전문점(롯데리아 엔제리너스)
LG	24개 산업	3개 산업	치약· 삼푸*(LG생활건강) , 가정용에어컨(LG전자)
금호아시아나	2개 산업	2개 산업	승용차타이어(금호타이어), 항공(아시아나항공)
현대자동차	3개 산업	2개 산업	일반승용차·RV승용차(현대자동차)
신세계	3개 산업	2개 산업	대형마트(이마트), 백화점(신세계)
두산	1개 산업	1개 산업	패스트푸드점(SRS코리아 KFC)
한화	2개 산업	1개 산업	콘도미니엄(한화호텔앤드리조트 한화리조트)

* 자산총계 기준 그룹합산 재무순위(출처: 한국신용평가)에 따른 국내 30대 그룹 중 2012년 KCSI 1위 산업 수 현황

4. 산업별 KCSI 1위 기업의 특징

3) 2011년 대비 KCSI 1위 기업 변동 산업

총 12개 산업에서 KCSI 1위 기업 변동 나타나

- 2012년 KCSI 조사결과 총 12개 산업에서 1위 기업의 변동이 나타났다. 이는 최근 KCSI 1위 기업의 변동폭이 점차 감소하고 있는 추세에서 벗어나지 않는 결과이다.
- 산업군별로 소비재에서 간장(샘표식품), 비스킷(오리온), 소주(금북주), 남성내의(좋은사람들), 샴푸(LG생활건강), 여성용기초화장품(아모레퍼시픽) 등 6개 산업, 내구재에서 디지털카메라(캐논코리아컨슈머이미징), 부엌가구(한샘) 등 2개 산업, 서비스업에서 영화관(CJ CGV), 인터넷쇼핑몰(GS홈쇼핑), 콘도미니엄(한화리조트) 등 3개 산업, 공공행정 서비스업에서 지하철(대구도시철도공사) 등 1개 산업에서 1위 기업이 변경된 것으로 나타났다.

2012년 한국산업의 고객만족도(KCSI) 1위 변동 기업

	산업군	산업명	2012년 KCSI 1위 기업	2011년 KCSI 1위 기업
1	소비재 (6개)	간장	샘표식품	대상(청정원)
2		비스킷	오리온	롯데제과
3		소주	금북주	진로
4		남성내의	좋은사람들	쌍방울
5		샴푸	LG생활건강	한국P&G
6		여성용기초화장품	아모레퍼시픽	LG생활건강
7	내구재(2개)	디지털카메라	캐논코리아컨슈머이미징	소니코리아
8		부엌가구	한샘	에넥스
9	서비스(3개)	영화관	CJ CGV	롯데쇼핑(롯데시네마)
10		인터넷쇼핑몰	GS홈쇼핑(GS SHOP)	인터파크
11		콘도미니엄	한화리조트	대명리조트
12	공공(1개)	지하철	대구도시철도공사	광주도시철도공사

5. KCSI 향상을 위한 제언

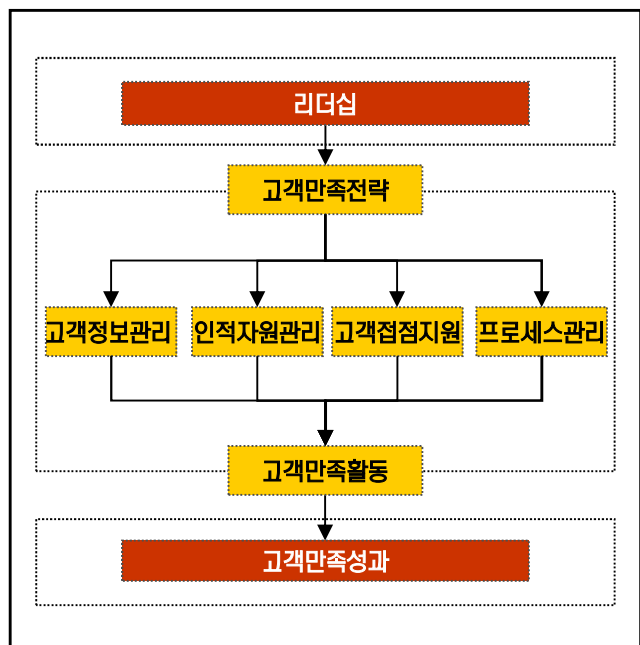
전사차원에서 고객중심 경영혁신을 추진하라!

- 최근 국내 산업계 전반에서 진행되고 있는 고객만족 활동을 살펴보면 접점서비스 개선 등 단위 기능에 국한된 경우가 많다. 또한 고객만족경영을 추진해 나감에 따라 전사 경영 체계로서의 고객만족경영혁신이라는 인식이 부족해지고, 접점서비스를 담당하는 조직에서만 추진하는 것으로 협의의 고객만족활동을 전개하고 있는 것이다. 고객만족경영은 고객관점에서 회사가 제공하고 있는 상품(품질), 서비스, 이미지를 모두 개선 또는 가치를 제고하는 활동이다. 즉 시장에서 고객이 요구하고 있는 니즈에 부합하는 상품/서비스를 제공하고 고객지향적인 기업이미지를 만들어 내는 것이다. 단기 성과 중심의 접점서비스 개선 활동만으로는 외부(고객) 관점에서도 근본적 문제 해결이 이루어지지 않음에 따라 실질적 개선 및 만족도 제고 등에 별다른 기여가 되지 않는다.
- 고객만족경영은 전사관점에서 ‘고객중심 경영혁신’을 추진하는 것이다. 고객관점으로 시장경쟁력(상품매력, 가격, 품질, 서비스, 채널, 이미지 등)이 얼마나 되는지를 파악하여 고객중심의 총체적 경영혁신 추진을 위한 전략방향 및 목표를 설정하고 그 목표를 달성하기 위한 성과지표(KPI)를 개발하여 측정관리 해야만 한다. 목표달성을 위해서는 내부에 고객만족경영시스템(리더십, CS전략, 고객정보관리, 인적역량, 접점서비스관리체계, 업무프로세스 등)을 갖추어 내부역량을 강화하고, 외부로는 시장경쟁력을 강화하기 위한 혁신 활동을 전개해야 한다. 혁신의 목표는 전사적인 고객만족경영 체계를 구축하고 고객중심적 기업문화로 자리매김을 하여 고객에게 가치를 제공할 수 있는 차별화된 상품/서비스/채널을 마련하는 것이다.
- 전사 고객중심의 경영혁신은 최고경영자 및 전사 혁신 총괄 담당 임원의 확고한 고객만족 리더십과 열정을 필요로 한다. 또한, 최고경영자를 포함한 전 직원의 고객지향적 마인드 확보를 위한 교육, 현장실천, 성과공유 등 변화관리가 수반되어야 하며, 이러한 활동을 구체적으로 기획, 점검, 현장을 지원하는 전담부서가 필요하다.

고객만족경영



고객만족경영시스템



5. KCSI 향상을 위한 제언

고객의 소리(VOC)를 체계적으로 경영자원화 하라!

- 국내 수많은 기업들이 VOC 시스템을 통해 고객의 소리(VOC: Voice Of Customer)를 수집하고 있으며, 이를 기반으로 다양한 고객만족 활동을 전개하고 있다. 이러한 VOC는 기업마다의 바라보는 관점에 따라 그 활용범위에 있어 매우 큰 차이를 나타낸다. 즉, 단순히 고객들의 불만을 듣고 처리하는 창구로서 이를 신속히 해결하고 불만건을 줄이고자 하는 기업이 있는 반면, VOC를 고객들이 진정으로 원하는 신상품 개발 및 서비스 혁신, 효과적인 마케팅 전략 수립, 고질적인 불만 개선을 통한 만족도 제고, 또는 향후 제기될 수 있는 대형 클레임들에 대한 사전예방 활동 등에 까지 그 활용범위를 넓게 보는 기업도 있다.
- VOC의 핵심내용과 의도는 간과한 채 데이터의 통계적인 관리에만 집중한다면 진정한 의미로서 고객의 소리를 반영할 수 없게 된다. VOC 상에는 고객들이 분명 표출하고 싶은 욕구들이 담겨져 있으며, 정보 하나하나를 분석해보면 그 안에 숨겨진 다양한 사업적인 기회나 대형 클레임의 위험 등을 곳곳에서 찾을 수 있다. 대체로 불만족한 고객들의 10% 미만만이 자신이 느낀 불만을 호소하기 위해 해당회사에 연락을 취한다는 통계가 있다. 이것은 다시 말하면 고객 1명이 제기한 불만 VOC 1건은 이미 다른 9명의 고객이 함께 경험한 불만일 수 있다는 것이며, 단순 통계적 측면에서 1건이라는 소수 의견으로 취급하여 제대로 처리되지 않았을 경우 1명이 아니라 총 10명의 고객이 떠나갈 수 있다는 것이다. 그만큼 고객들이 직접 기업에 제기하고 있는 VOC는 소중하고 중요하게 다뤄져야 한다.
- 반면, VOC를 잘 읽어내면 고객들의 생활 양식(Life Style)을 발견할 수 있고, 이를 통해 기업이 미처 생각하지 못했던 신상품, 서비스, 마케팅 전략 등을 이끌어 내는 기회로 만들 수 있다. 다만 고객에 의해 수동적으로 접수되는 VOC(Internal VOC) 만으로는 필수적이고 핵심적이며 고객들이 원하는 요구 수준에 한정될 수 있다. Internal VOC의 활용은 수동적인 입장에서 고객이 제공하는 목소리(VOC)만 분류해 수집하고 개선하는 활동에 머무름에 따라 자사 고객들에 대한 서비스는 만족시켰을지 모르나, 잠재고객이나 기타 자사에 위협을 가할 수 있는 VOC들에 대해서는 능동적으로 대처하지 못했다. 따라서 제품과 서비스에 대한 고객의 니즈를 다양한 채널에서 수집하여 중요도 및 우선 순위에 따라 분류한 후 이를 마케팅 및 영업 등 목적에 맞게 활용할 수 있도록 최적화 해야 한다.
- VOC 마이닝(Mining)은 기업에서 기존에 활용하고 있는 Internal VOC 이외에 외부에서 들려오는 다양한 고객들의 인지 및 행동에 해당하는 External VOC에 대한 이슈(Issue)를 통합분석하고, 고객 트렌드(Trend)를 파악하여 이를 반영한 신상품 개발 및 서비스 혁신, 마케팅 전략, 조기 경보 체계(Early Warning System), 그리고 고질적인 VOC 해결 등 시장 선 대응체계를 구축하는데 사용된다. 고객감동과 함께 자사만의 차별적이고 매력적인 상품 및 서비스가 요구되는 최근의 경영환경에서 VOC를 바라보는 관점에 있어 개념의 전환이 필요한 시기이다.

VOC 활용극대화를 위한 VOC Mining 개념



5. KCSI 향상을 위한 제언

매력적인 서비스로 고객충성도(Loyalty)를 높여라!

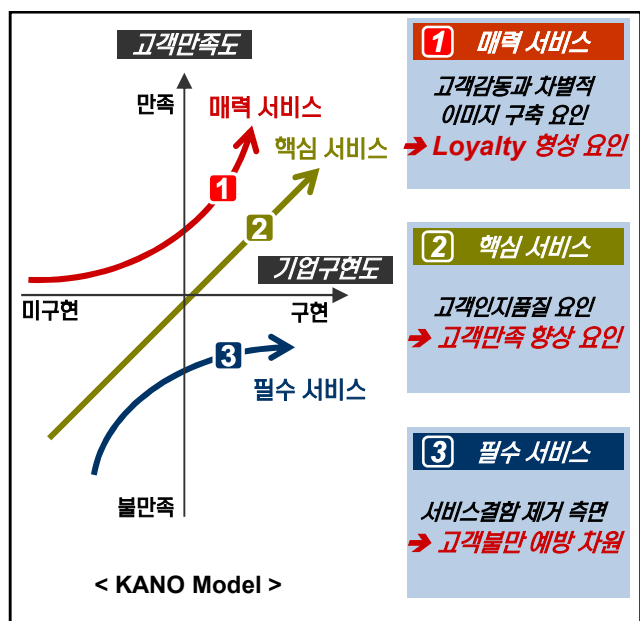
- 대다수의 기업들은 고객만족경영을 체계화하고 있으며, 고객만족도 조사를 통해 고객의 마음을 얻고자 많은 노력을 기울이고 있다. 그러나 실행 상의 한계로 인해 그 효과 및 성과를 제대로 거두지 못하고 있는 것이 현실이다. 고객만족의 측정과 관리만으로 고객을 예측하거나 고객을 유지하기 쉽지 않은 시대가 된 것이다. 고객만족이 고객충성도(Loyalty)에 영향을 주고 이것이 다시 재구매 및 성과로 이어진다는 공식은 많은 고객들이 만족함에도 불구하고 기업을 떠나가는 현실에서 더 이상 무조건적으로 적용하기에 다소 논란의 여지를 가진다.
- 이처럼 기존의 고객만족도(CSI) 조사만으로는 복잡한 고객의 마음을 제대로 이해하기 어려워졌다. 고객의 '전반적으로 만족'한다는 답변을 보다 구체적으로 들여다보면 '약간 만족'과 '매우 만족' 사이에서는 '감동'이라는 큰 차이(Gap)가 존재함을 발견할 수 있다. 즉, 새로운 접근과 방식을 통해 고객만족도 조사만으로는 찾기 힘든 고객의 감동요인(Wow-point)을 발굴하고 불만 요인(Pain-point)을 제거할 필요가 있는 것이다. 이러한 감동 요인과 불만 요인을 탐색할 때에는 서비스의 특성을 파악함으로써 서비스 구현 정도에 따른 고객만족도의 변화를 예측할 수 있어야 한다. 이는 고객만족도가 기업에서의 서비스 구현 정도에 따라 정의 관계로만 지속 상승하는 것이 아니기 때문이다. '필수 서비스'의 경우 구현되지 않으면 불만이 발생하나, 그렇다고 열심히 구현한다고 해서 만족 또는 감동으로 이어지지 않는다. 반면, '매력 서비스'는 구현이 되지 않더라도 불만이 발생하지 않는 한편 제대로 구현되는 순간 큰 고객 감동을 불러일으킨다. 특히 매력적인 서비스는 고객이 기대하지 않은 경험을 제공함으로써 기업의 차별적인 이미지를 구축하는데 효과적이며, 이를 통해 고객 Loyalty를 제고시키는 데에도 큰 기여를 한다.
- 결과적으로 고객 Loyalty를 높이기 위해서는 '매력 서비스'를 발굴하고 구현시키는 노력이 필요하다. 매력적인 서비스는 주로 접점에서의 경쟁사보다 차별화된 고객만족 경험에서 요인을 찾아낼 수 있으며, 기능적(이성적)인 가치보다는 감성적인 가치에 의해 형성된다. 따라서 기업은 각 고객경험 단계별로 Loyalty 동인 요소를 발굴하고, 이를 고객경험관리(CEM: Customer Experience Management) 관점에서 점점 개선 및 차별화 전략 수립 등에 활용한다면 궁극적으로 고객가치경영 발전을 위한 토대를 마련할 수 있을 것이다.

약간 만족 및 매우 만족 응답자 간 재거래 의향 비교

산업명	재거래 의향	
	'약간 만족' 응답자	'매우 만족' 응답자
아이스크림	42.9%	100.0%
남성정장	39.4%	92.1%
이동전화단말기	42.0%	92.4%
TV	44.5%	87.9%
신용카드	40.9%	93.6%
은행	43.0%	93.3%
자동차보험	41.9%	95.2%
백화점	48.4%	94.3%
이동전화서비스	40.7%	97.6%
항공	35.7%	95.4%

* Data Source: 2011년 KCSI 조사 결과

서비스 특성에 따른 고객만족 충족 방식

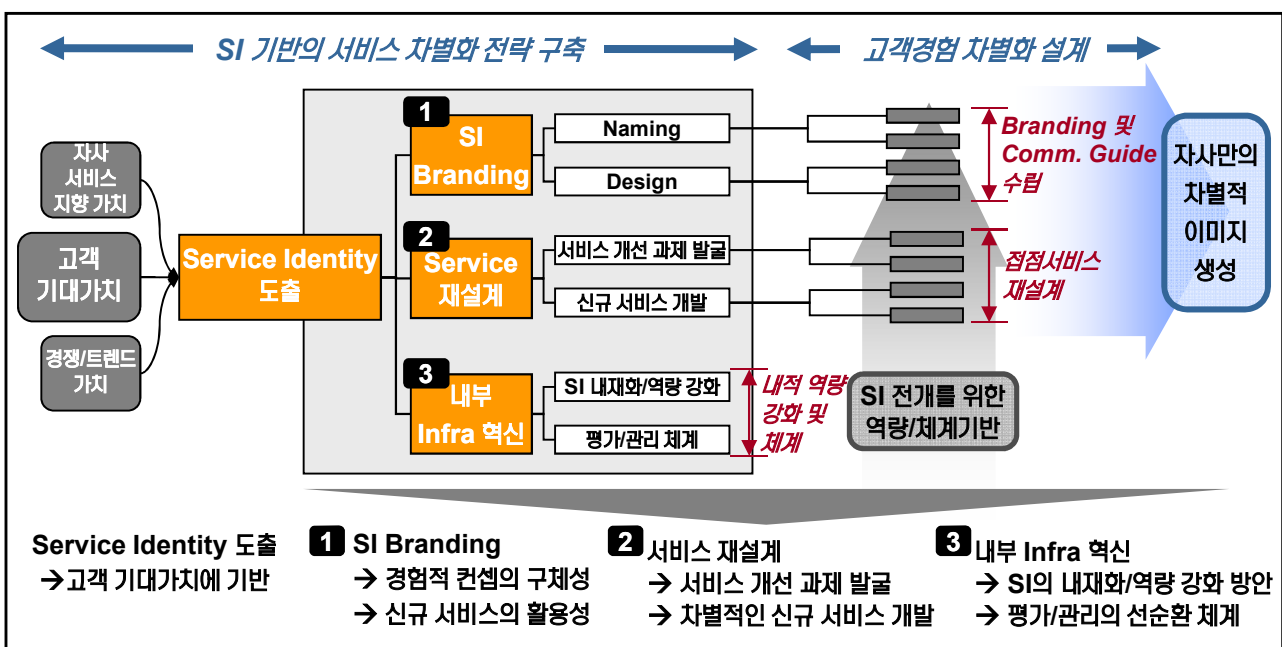


5. KCSI 향상을 위한 제언

경쟁차별적 서비스 아이덴티티로 고객과 소통하라!

- 최근 기업들은 외형적 성장이나 물리적 품질로 경쟁하는 자원을 넘어 고객만족경영의 품질로 경쟁하고 있다. 그러나 상호간의 모방이나 빠른 정보 공유로 인해 특징을 찾아보기 힘들고, 고객들 또한 차별성을 느끼지 못하고 있는 것이 현실이다. 이러한 환경에서 고객가치에 기반한 서비스 아이덴티티(SI: Service Identity)의 수립과 고객경험관리(CEM: Customer Experience Management) 활동은 고객들과 독창적 의사소통을 하고 색다른 긍정적 경험을 제공하여 고객가치를 높이는데 중요한 역할을 한다.
- 고객들은 기업과의 다양한 접점에서 수많은 상호작용을 통해 그 기업에 대한 이미지와 인식을 형성한다. 즉, 고객이 인지하는 기업의 이미지는 커뮤니케이션 뿐만 아니라 상품의 사용 또는 서비스의 이용 등 총체적 경험 속에서 생성되는 결과인 것이다. 최근 산업 전반적으로 고객만족 수준이 높아지고 기업간 격차가 줄어들어 따라 서비스 영역에서도 이러한 이미지의 중요성이 크게 높아졌다. 이에 따라 기업이 보다 적극적으로 고객에게 어떤 이미지가 가치를 줄 것인지 기획하고 이를 적극 전개하는 활동 또한 늘고 있다.
- 서비스 아이덴티티는 기업이 가장 잘 할 수 있고, 시장의 흐름을 앞서가며, 경쟁차별적인 동시에 무엇보다 고객에게 매력적인 것이어야 한다. 이를 위해 기업은 자사가 가진 강점과 자사가 추구하고자 하는 가치 지향점을 분석해야 하며, 산업 트렌드 측면에서도 시장 내 현재와 미래에 대한 트렌드를 분석할 필요가 있다. 경쟁차별화를 위해서는 경쟁사들이 추구하는 이미지 분석을 통해 자사만의 차별적 포지셔닝(Positioning) 방향을 설정해야 하며, 고객들이 자사에 바라는 이미지와 가치를 도출하여 서비스 아이덴티티 수립 시 반영해야 한다.
- 서비스 아이덴티티는 아래 그림과 같이 SI 도출에서부터 브랜딩, 서비스 재설계, 내부 인프라 혁신까지 총체적으로 구축되어야 한다. 특히, 고객경험을 통해 서비스 아이덴티티가 전달되도록 컨셉에 적합한 개선 과제와 신규 서비스를 도출해야 하며, 대외적 구현을 위해서 내부 역량 강화 및 평가/관리 체계 등 인프라 혁신이 반드시 수반되어야 한다.

서비스 아이덴티티(Service Identity) 체계 구축의 개념도



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

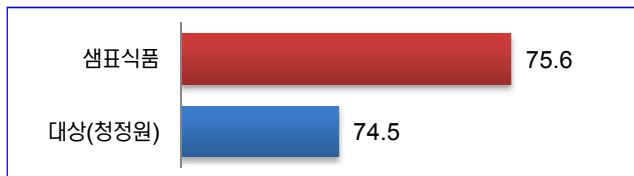
(1) 소비재 제조업

■ 식료품(식용 정제유/장류/수산물)

● 간장: 적당한 농도와 맛 좋은 선풍식품 1위 등극

고유의 맛을 유지하면서도 나트륨 함량을 낮춘 웰빙 간장으로 소비자 건강과 입맛을 동시에 사로잡은 간장 산업의 만족도는 매년 큰 폭의 상승세를 보이며, 선풍식품이 금년 1위(역대 2회 1위)자리를 차지했다.

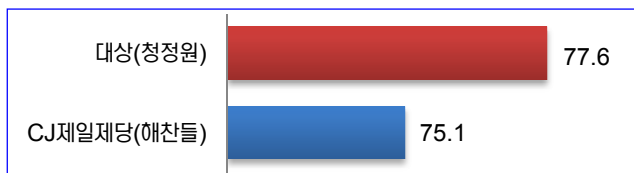
선풍식품은 상품의 다양성, 용기 편의성에서 높은 점수를 받았으며, 특히 소비자들은 맛과 빛깔 그리고 회사 신뢰도에 높은 만족도를 보였다.



● 고추장: 뒷 맛과 빛깔 좋은 청정원 역대 12회 1위

국산 원료와 전통 제조공정을 통해 깊은 장맛과 품질에 주력한 고추장 산업의 고객 만족도는 전년 대비 큰 폭 상승했으며, 대상(청정원)이 올해로 10년 연속(역대 12회 1위) 고객만족 1위를 기록했다.

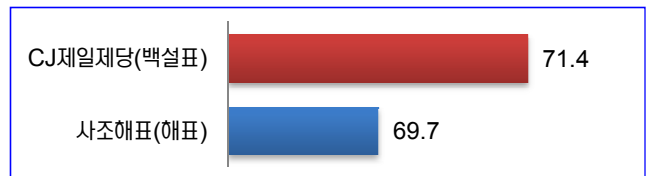
소비자는 대상(청정원) 고추장에 경쟁사 대비 높은 전반적 만족도와 재구매 의향에서 보였으며, 특히 좋은 맛과 적당한 농도, 믿을 수 있는 재료를 사용한 것에 높은 만족도를 나타냈다.



● 식용유: 적은 양으로도 요리 잘 되는 백선풍 1위 유지

계속되는 웰빙 열풍 속에서 소비자들에게 올리브, 포도씨와 같은 고급 원료를 사용한 프리미엄유로 다가선 식용유 산업의 만족도는 지속적으로 상승세를 보이며, CJ제일제당(백선풍)이 작년에 이어 2년 연속 1위 기업(역대 4회 1위)으로 선정되었다.

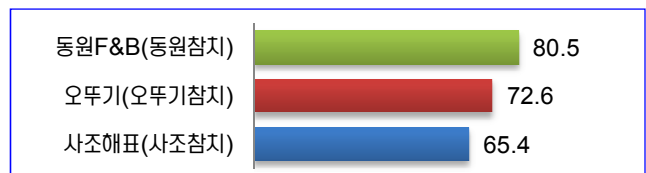
CJ제일제당(백선풍)은 경쟁사 대비 재구매 의향에서 경쟁 우위를 보였으며, 적은 양으로도 요리가 잘 되고, 양 조절이 잘 되며 용기마개에서 기름이 흘러내리지 않는 점이 높게 평가되었다.



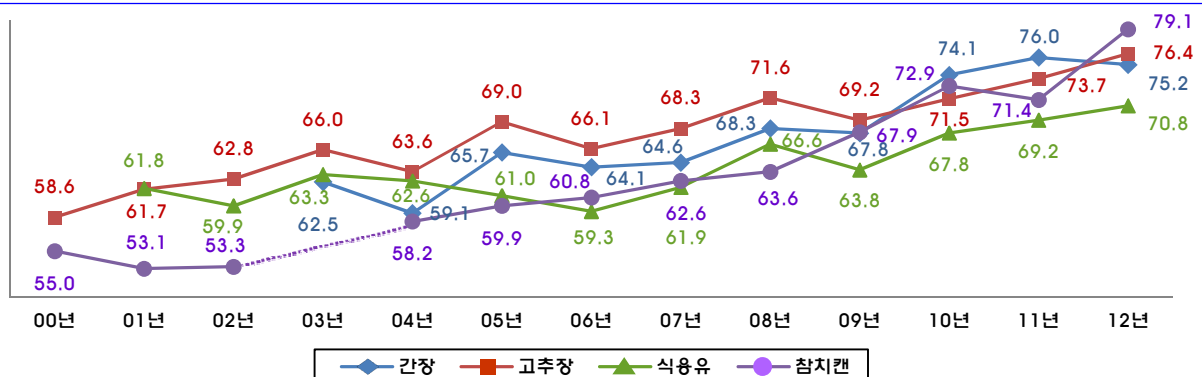
● 참치캔: 영양이 풍부하고 맛 좋은 동원참치 선두

참치캔의 주 원료인 가다랑어의 어획량 감소로 제품 가격 인상의 위협을 받았지만, 참치캔 산업의 만족도는 전년 대비 대폭 상승하였으며, 동원F&B(동원참치)가 9년 연속으로 1위(역대 12회 1위) 자리를 지켜냈다.

동원참치는 대부분의 요소 항목에서 타사 대비 월등한 평가를 받았으며, 고영양과 맛이 좋으며 건더기와 기름기의 적당함, 구입 용이성, 회사의 신뢰도 등이 높은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

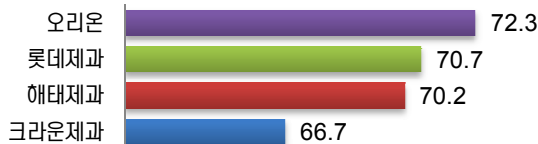
(1) 소비재 제조업

■ 식료품(과자/빙과류/라면)

• 비스킷: 맛과 성분 우수한 오리온 5번째 1위

맛과 영양뿐 아니라 칼로리 균형까지 고려한 제품으로 소비자 입맛을 사로잡은 비스킷 산업의 만족도는 07년 이후 꾸준한 상승세를 보였으며, 금년에는 오리온이 롯데제과를 꺾고 1위(역대 5회 1위)를 차지하는 영예를 안았다.

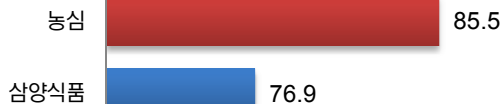
오리온의 만족도는 전체적으로 전년 대비 큰 폭으로 상승하였으며, 특히 요소만족도에서는 맛, 성분, 포장디자인, 품질 대비 가격 적절성 항목에서 경쟁사 대비 월등한 평가를 받았다.



• 라면: 물에 잘 익고 맛 좋은 농심 역대 2회 1위

지난 해 하얀국물 라면이 인기를 얻었지만 올해에는 다시 빨간국물 라면이 인기를 끌고 있는 라면 산업의 만족도는 농심이 큰 폭의 차로 삼양식품을 제치고 금년 1위(역대 2회 1위)기업으로 선정되었다.

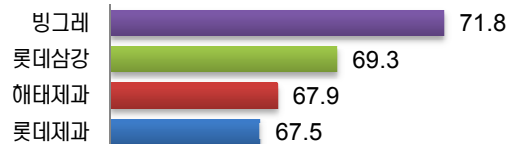
농심의 전체적인 만족도는 대부분의 요소항목에서 우수한 평가를 받았으며, 상품의 다양성, 용기의 편의성, 맛 등에서 높은 평가를 받았다.



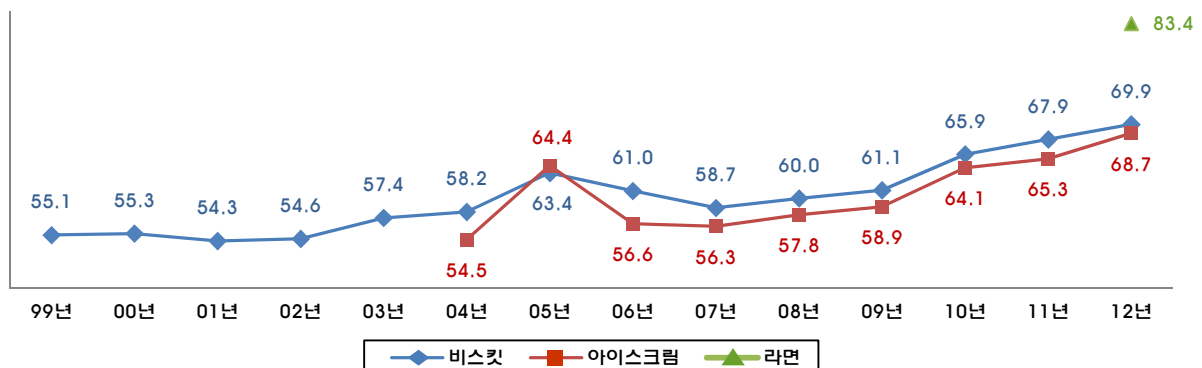
• 아이스크림: 맛 좋고 믿을 수 있는 빙그레 역대 7회 1위

질을 중시하는 소비 트렌드가 중시되면서 프리미엄 아이스크림 제품들이 소비자의 관심을 받는 가운데, 아이스크림 산업의 만족도는 작년 대비 소폭 상승하였으며, 빙그레가 6년 연속 1위(역대 7회 1위)기업으로 선정되었다.

빙그레의 만족도는 전반적으로 소폭의 상승세를 보였으며, 특히 뒷 맛의 개운함, 포장, 가격의 적절성에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

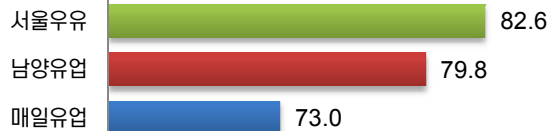
(1) 소비자 제조업

■ 식료품(농식품)

• 우유: 몸에 좋고 유통기한 넉넉한 서울우유 역대 7회 1위

웰빙 트렌드에 맞춰, 맛과 영양을 고려한 다양한 제품들이 출시되는 가운데 우유 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, 서울우유가 5년 연속 고객만족 1위(역대 7회 1위) 기업으로 선정되었다.

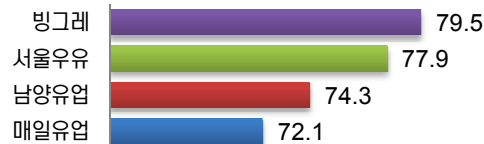
서울우유는 타사 대비 대부분의 요소항목에서 경쟁우위를 보였으며, 냄새, 성분, 개봉 용이성, 유통기한 등에서 높은 점수를 받았다.



• 가공우유: 맛과 유통기한 좋은 빙그레 업계 첫 1위

소비자의 기호 변화에 따라 소비량이 증가하며 다양한 맛의 가공우유가 출시되는 가공우유 산업은 금년 KCSI 신규조사 대상으로 첫 고객만족도 조사 결과 빙그레가 1위의 영광을 얻었다.

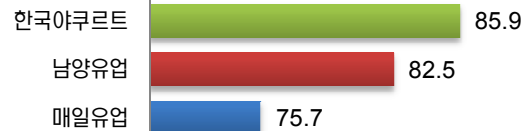
빙그레는 전반적인 만족도와 재구매 의향에서 높은 점수를 받았으며, 맛과 향미, 구입 용이성, 유통기한, 가격 적절성 등에서 우수한 평가를 받았다.



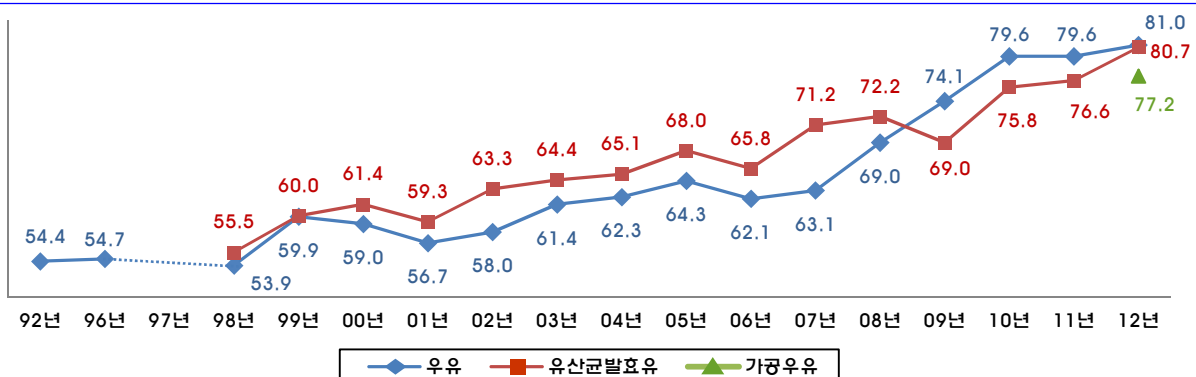
• 유산균발효유: 건강에 도움되는 한국아쿠르트 14회 1위

웰빙 바람과 함께 인공첨가물이 들어가지 않은 프리미엄 발효유와 다양한 기능성 제품이 출시되고 있는 유산균발효유 산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭 상승하였으며, 한국아쿠르트가 올해로 11년 연속 1위(역대 14회 1위) 자리를 수성했다.

소비자는 한국아쿠르트 제품에 대한 높은 재구매 의향과 만족도를 보였으며, 특히 건강에 도움되며, 적당한 농도, 제품의 다양성 그리고 회사의 신뢰도에 높은 점수를 주었다.



산업별 KCSI 지수추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

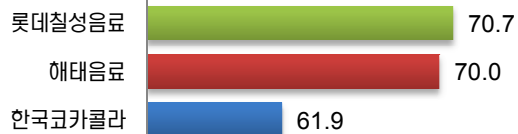
(3) 서비스업

■ 음료(비알콜음료)

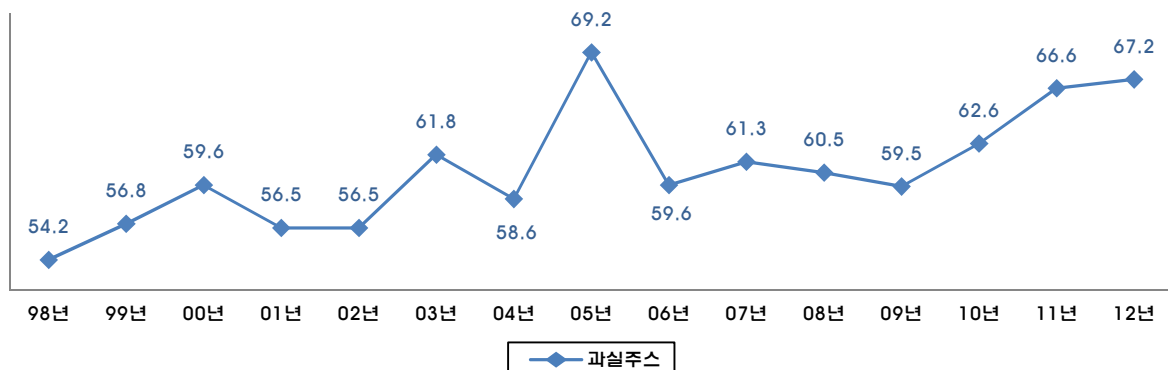
● 과실주스: 맛과 영양 좋은 롯데칠성음료 13번째 1위

다소 주춤하던 과실 주스 시장에서 마시는 생과일이라는 새로운 바람 속에 과실주스 산업의 만족도는 금년 다양한 종류의 주스를 선보이며 작년 대비 소폭으로 상승하였고, 롯데칠성음료가 해태음료를 근소한 차이로 따돌리며 10년 연속 1위(역대 13회 1위)의 영예를 차지했다.

롯데칠성음료는 경쟁사 대비 재구입 의향에서 경쟁우위를 보였으며 맛과 영양, 구입 용이성, 제품 다양성 항목에서 우수한 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

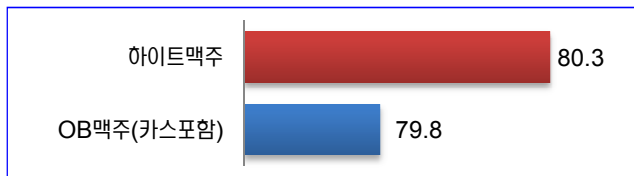
(1) 소비재 제조업

■ 음료(주류) 및 담배

● 맥주: 깨끗하고 상쾌한 하이트맥주 10번째 1위

수입맥주의 강세 속에서 올림픽 등의 여파로 맥주의 인기는 꾸준히 지속되어, 맥주 산업의 고객 만족도는 작년 대비 소폭으로 상승하였으며, 하이트맥주가 올해로 4년 연속 1위(역대 10회 1위)자리를 지켜냈다.

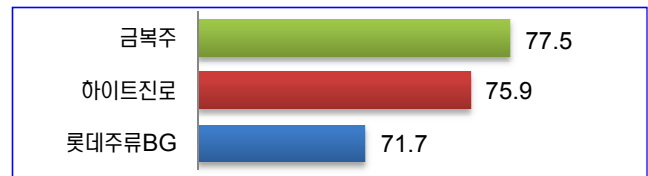
하이트맥주는 경쟁사보다 높은 재구매 의향과 전반적 만족도 평가를 받았으며, 깨끗한 뒷 맛, 부드러운 첫 맛과 맛이 상쾌하며 제조사 신뢰도 등의 요소항목에서도 경쟁 우위를 보였다.



● 소주: 깨끗한 뒷 맛의 금복주 역대 5회 1위

주재료인 주정 값 인상으로 가격의 상승 속에 저도수 소주가 꾸준한 인기를 끌고 있는 소주 산업의 만족도는 전년에 비해 소폭 하락하였으며, 금복주가 올해에는 하이트진로를 제치고 1위 기업(역대 5회 1위)으로 선정되었다.

금복주는 경쟁사 대비 전반적 만족도와 재구매 의향에서 높은 평가를 받았으며, 요소 항목별로는 품질 대비 가격 적절성, 제품 디자인, 깨끗한 뒷 맛 그리고 높은 회사 신뢰도를 보였다.



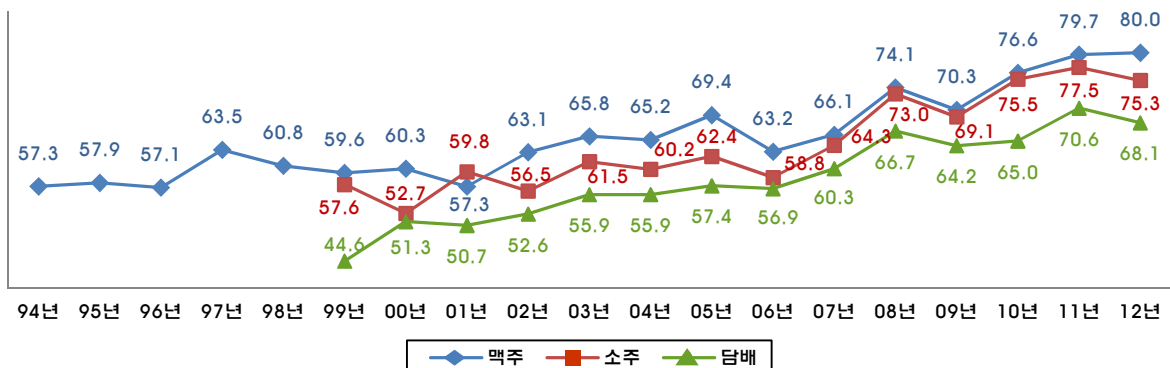
● 담배: 제품 디자인도 뛰어난 필립모리스 역대 6회 1위

웰빙 트렌드로 인해 소비가 감소하고 있는 추세이지만, 담배의 맛과 품질, 패키지 디자인의 변화를 통해 노력하고 있는 담배 산업의 만족도는 작년 대비 소폭으로 하락하였으며, 필립모리스(말보로)가 작년에 이어 5년 연속 1위(역대 6회 1위)를 차지했다.

소비자는 무엇보다 필립모리스 담배에 대한 높은 재구매 의향과 전반적 만족도를 보였고, 요소항목별로는 담배의 뒷맛과 구입 용이성 그리고 담배 개피의 외관에 높은 점수를 주었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

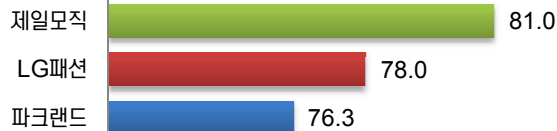
(1) 소비자 제조업

■ 의복, 의복액세서리 및 모피제품

• 남성정장: 좋은 디자인의 제일모직 역대 12회 1위

최근 남성들의 패션에 대한 관심이 고조되고 있는 가운데 정장도 실용성과 멋을 함께 살린 제품이 인기를 끌면서 정장 산업의 만족도는 작년 대비 소폭 상승하였고, 제일모직이 8년 연속 1위(역대 12회 1위)자리를 지켜냈다

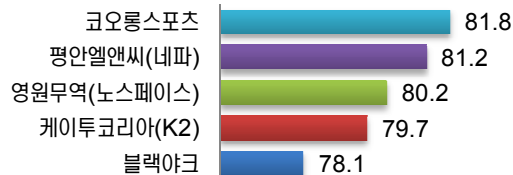
제일모직은 경쟁사 대비 전반적 만족도와 재구매 의향 높은 것으로 나타났으며, 변형 없는 스타일, 색상 유지성, 접점에서 의 매장환경, 디자인, 회사 신뢰도 면에서 좋은 평가를 받았다.



• 아웃도어의류: 색상과 소재가 좋은 코오롱스포츠 업계 첫 1위

여가생활의 아웃도어 부상으로 등산, 캠핑 등의 인구가 꾸준히 증가하는 가운데, 금년 신규 조사된 아웃도어의류 산업의 만족도는 의복 업계 대비 비교적 높았으며, 코오롱인더스트리(코오롱스포츠)가 첫 1위의 영예를 얻었다.

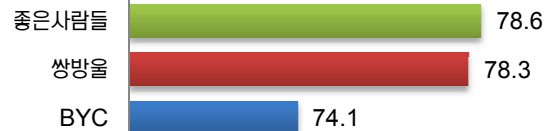
코오롱스포츠는 경쟁사 대비 전반적 만족도가 높은 것으로 나타났으며, 요소항목별로는 체형에 잘 맞고, 좋은 소재와 색상, 그리고 회사 신뢰도 면에서 좋은 평가를 받았다.



• 남성내의: 소재가 우수하고 착용감 뛰어난 좋은 사람들 1위

까다로운 소비자의 구매 성향을 만족시키기 위해 더 쾌적하며, 디자인을 고려한 제품을 만들기 위해 노력하는 남성내의 산업의 만족도는 지난 해에 비해 큰 폭으로 상승하였으며, 좋은사람들이 쌍방울을 근소한 차이로 제치고 1위(역대 13회 1위)를 차지하였다.

소비자는 좋은사람들 제품의 소재, 회사 신뢰도 등에서 높은 점수를 주었고, 특히 제품의 착용감을 높게 평가했다.



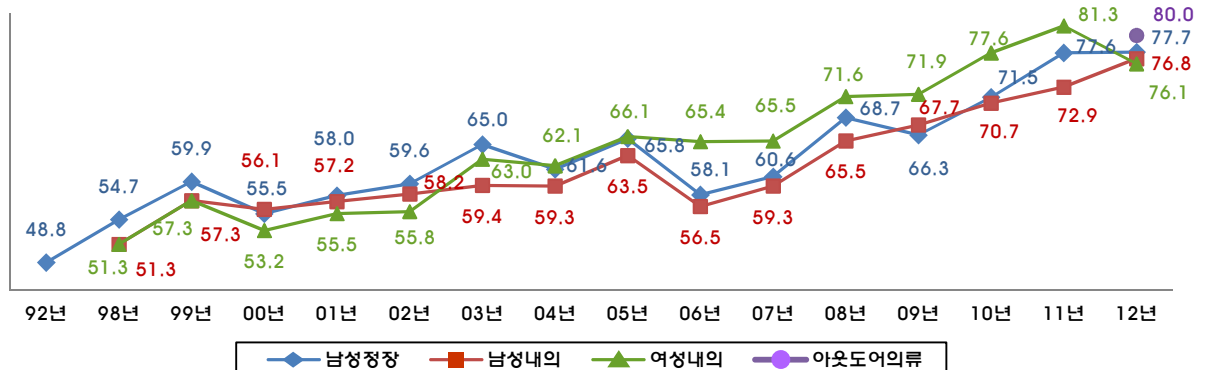
• 여성내의: 품질, 착용감이 우수한 신영와코루 13년 연속 1위

실용성과 멋 그리고 체형보정의 기능까지 두루 갖춘 제품이 소비자들로부터 꾸준한 사랑을 받는 여성내의 산업의 만족도는 작년 대비 대폭으로 하락했으며, 신영와코루(비너스)가 13년 연속 1위의 영예를 거머쥐었다.

신영와코루(비너스)는 경쟁사 대비 전반적 만족도가 높았으며 품질, 착용감, 색상과 회사 신뢰도, 제품의 다양성 등에서 높은 점수를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

■ 가족, 가방 및 신발

• 정장구두: 긴 제품 수명과 좋은 소재의 금강제화 16회 1위

일반적인 딱딱한 느낌의 정장구두 보다는 편안함과 보기에도 깔끔한 느낌을 강조한 제품이 인기를 끄는 가운데 정장구두 산업의 만족도는 전년에 비해 소폭으로 하락했으며, 금강제화가 올해로 11년 연속 1위(역대 16회 1위)자리를 고수했다.

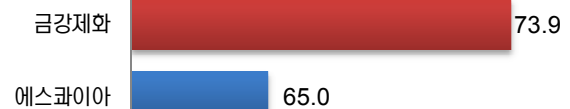
금강제화는 대부분의 요소 항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며 요소항목별로도 제품의 수명, 착용감, 소재 그리고 회사의 신뢰도 등에서 경쟁사 대비 우위를 나타냈다.



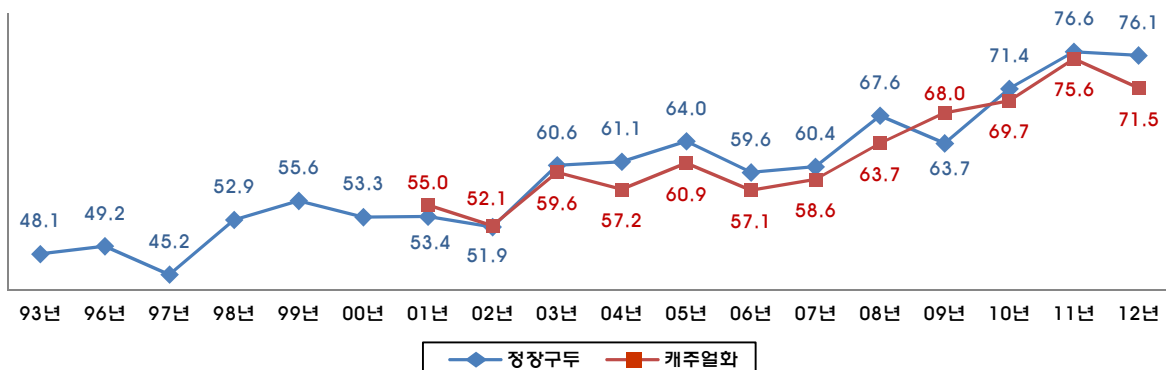
• 캐주얼화: 소비자에게 신뢰 받는 금강제화 10년 연속 1위

가벼운 착화감과 클래식한 느낌의 스타일이 여전히 강세를 나타내고 있는 캐주얼화 산업의 만족도는 지난 해 대비 소폭으로 하락하였으며, 금강제화(랜드로바)가 경쟁사를 제치고 10년 연속 1위(역대 10회 1위)를 차지했다.

금강제화의 캐주얼화는 재구입 의향과 전반적인 만족도에서 높은 평가를 받았을 뿐 아니라 교환 및 반품의 용이성, 구입 편의성 등의 요소에서도 경쟁사 대비 높은 만족도를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

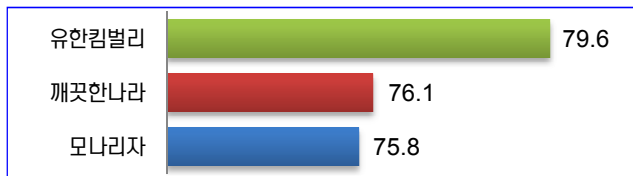
(1) 소비재 제조업

■ 펄프, 종이 및 종이제품

• 화장지: 부드럽고 깨끗한 유한킴벌리 역대 11회 1위

다양한 엠보싱과 무늬가 적용된 제품들의 인기가 지속되고 있는 화장지 산업의 만족도는 작년에 비해 소폭으로 상승했고, 환경 친화적 제품으로 소비자의 마음을 사로잡은 유한킴벌리가 7년 연속 1위(역대 11회 1위)를 차지했다.

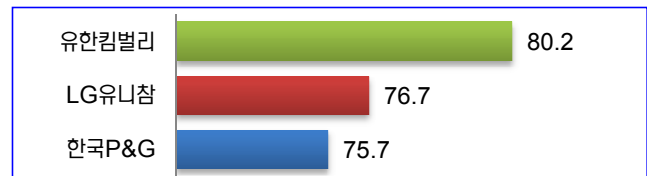
소비자들은 유한킴벌리 화장지에 높은 재구매 의향과 전반적 만족도를 보였으며, 깨끗함과 구입의 용이성, 포장 디자인과 회사의 신뢰성으로 경쟁사 보다 높이 평가했다.



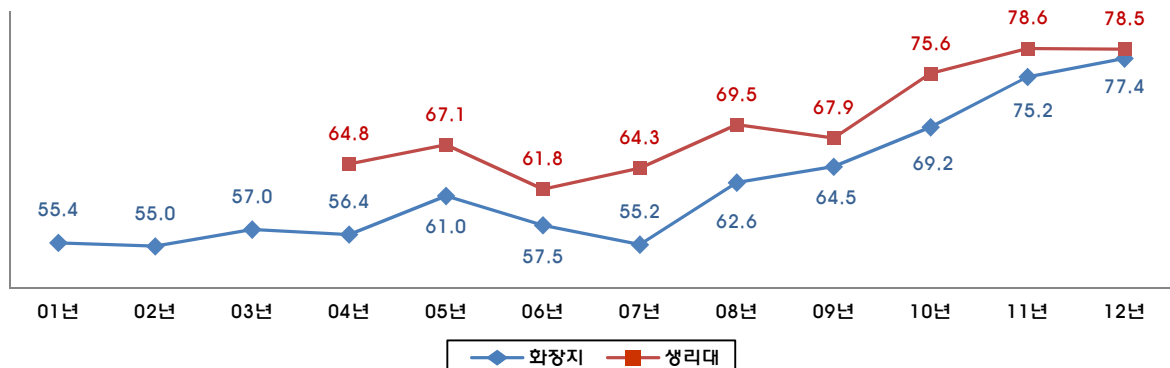
• 생리대: 부드럽고 흡수력이 좋은 유한킴벌리 4번째 1위

여성들이 활동적인 라이프스타일에 따라 편안한 제품을 선호하는 가운데 생리대 산업의 만족도는 지난 해에 비해 소폭 하락하였으며, 유한킴벌리가 연속 3년 1위(역대 4회 1위)자리를 고수했다.

유한킴벌리는 부드러운 커버, 흡수력, 구입 용이성, 날개 포장의 개봉 편리성 등 대부분의 요소에서 타사 대비 높은 만족도를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

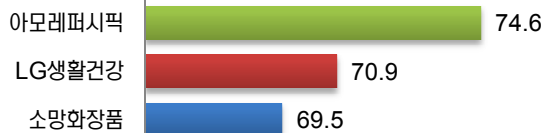
(3) 서비스업

■ 화학물질 및 화학제품(화장품), 유리 및 유리제품

• 남성용기초화장품: 향 좋은 아모레퍼시픽 역대 11회 1위

최근 남성들도 자신의 외모에 투자를 아끼지 않으면서 시장이 날로 커지고 있는 남성용기초화장품 산업의 만족도는 작년에 이어 그 상승세를 이어가고 있으며, 아모레퍼시픽이 10년 연속 1위(역대 11회 1위)자리를 지켜냈다.

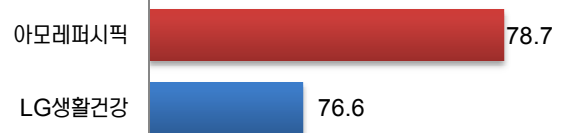
아모레퍼시픽은 경쟁사 대비 높은 재구매 의향과 전반적 만족도 평가를 받았으며 피부 수분 공급, 안전성, 회사에 대한 신뢰도 등 대부분의 요소항목에서 매우 높은 점수를 받았다.



• 여성용기초화장품: 보습성 좋은 아모레퍼시픽 10번째 1위

주름개선, 미백, 보습, 향 트리플 등의 기능이 강화된 보다 전문적인 제품들이 출시되며 인기를 끌고 있는 여성용기초화장품 산업의 만족도는 작년 대비 소폭 하락했으며, 아모레퍼시픽이 금년 1위(역대 10회)를 차지했다.

아모레퍼시픽은 재구매 의향과 전반적 만족도에서 우수한 평가를 받았으며, 피부 탄력성의 증가, 보습성, 기능성, 구입 편의성 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 보였다.



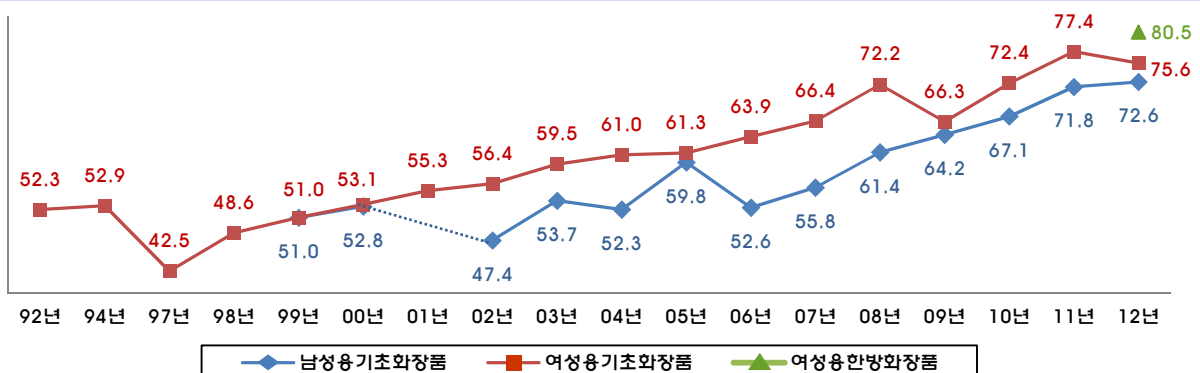
• 여성용한방화장품: 뛰어난 보습성의 아모레퍼시픽 업계 첫 1위

금년 KCSI 신규 조사 대상인 여성용한방화장품은 최근의 급성장 결과, 전체 화장품 시장의 25%에 해당하는 규모를 형성하며 동종 업계 대비 높은 만족도를 받았고, 아모레퍼시픽(설화수, 한울)이 첫 1위의 영광을 얻었다.

아모레퍼시픽은 타사 대비 높은 재구매 의향과 전반적 만족도를 보였으며, 특히 피부의 수분과 영양 보습, 안전성, 기능성, 회사의 신뢰도에 큰 만족도를 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

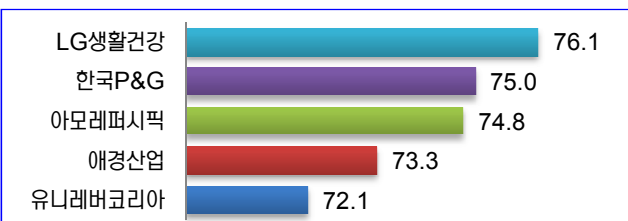
(3) 서비스업

■ 화학물질 및 화학제품(화장품), 유리 및 유리제품

● **삼무**: 소비자들의 신뢰 받는 LG생활건강 첫 1위 달성

탈모에 대한 우려가 높아지는 가운데 이를 방지해 주는 다양한 기능성 제품을 선보였던 삼무 산업의 만족도는 올해 소폭으로 상승했으며, LG생활건강이 금년도 첫 1위를 차지하였다.

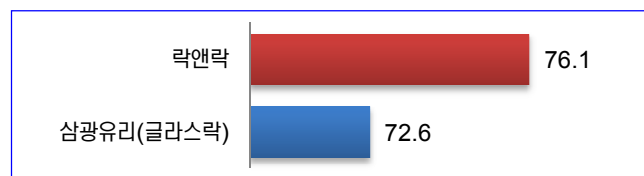
LG생활건강은 타사 대비 전반적 만족도에서 높은 평가를 받았으며, 특히 회사에 대한 높은 신뢰도와 제품의 다양성, 디자인에 큰 만족도를 보였다.



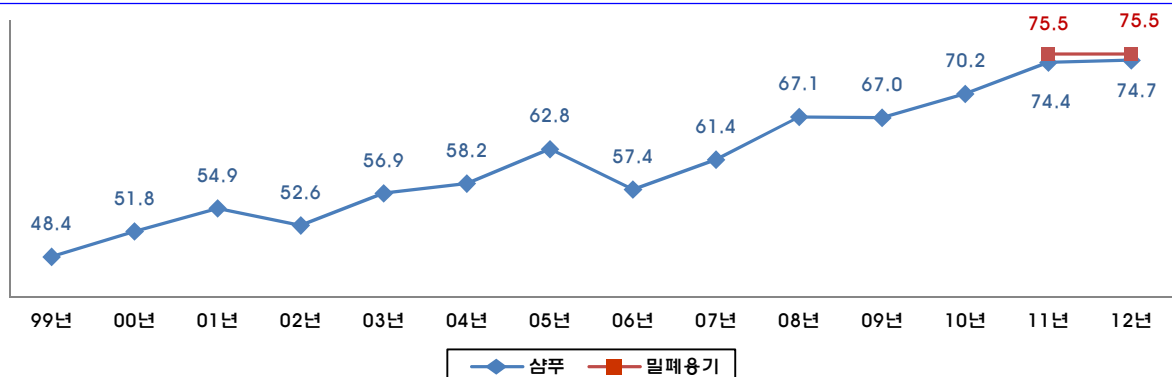
● **밀폐용기**: 견고하고 디자인 좋은 락앤락 연속 2년 1위

밀폐용기의 유해성 논란으로 신소재로 밀폐용기를 선보이고 있는 밀폐용기 산업의 만족도는 전년과 동일하였으며, 락앤락이 2년 연속 1위(역대 2회)를 수성하였다.

락앤락은 전반적 만족도 및 재구매 의향에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았고, 제품의 다양성, 밀폐력, 견고성, 사용 편의성, 회사의 신뢰도 등의 세부항목 평가에서도 경쟁 우위를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

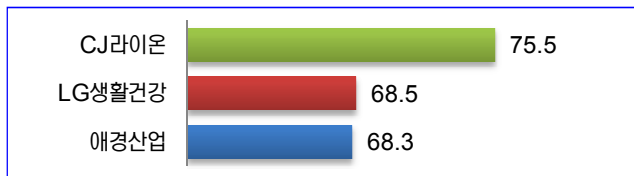
(1) 소비재 제조업

■ 화학물질 및 화학제품(치약, 비누 및 기타 세제)

• 세탁세제: CJ라이온 뛰어난 세척력으로 16년 연속 1위

빨래의 종류에 따라 보다 손쉽게 세탁할 수 있고, 특히 속건 및 세균억제, 탈취 기능 등을 갖춘 전용세제가 잇달아 등장하는 세탁세제 산업의 만족도는 그 상승세를 꾸준히 이어가며, CJ라이온이 16년 연속이라는 기록과 함께 1위 자리를 고수했다.

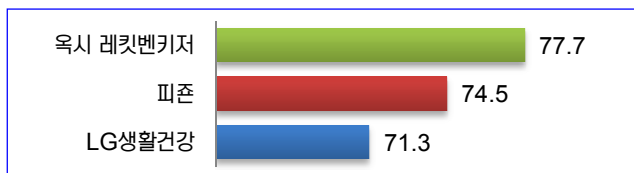
CJ라이온은 대부분의 요소항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 특히 강한 세척력과 구입 용이성에 높은 만족도를 나타냈다.



• 섬유유연제: 피부자극 적은 옥시 레킷벤커저 1위 달성

농축기술과 새로운 제형으로 시장의 다변화를 꾀하며 초간편, 초경량 섬유유연제가 소비자들에게 관심을 끌고 있는 섬유유연제 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였고, 옥시 레킷벤커저가 고객만족 2년 연속 1위(역대 3회 1위) 기업의 자리를 차지했다.

소비자는 옥시 레킷벤커저에 타사 대비 높은 전반적 만족도를 보였고, 향, 구입 용이성, 사용 후 피부에 자극이 적은 것을 강점으로 꼽았다.

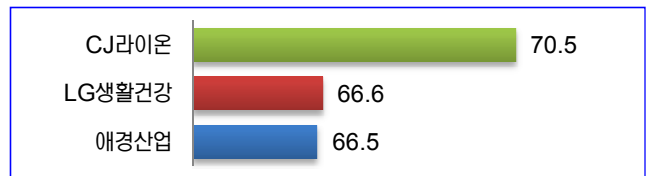


(3) 서비스업

• 주방세제: 적당한 거품과 뛰어난 세정력의 CJ라이온 1위

친환경 천연재료를 사용한 제품이 주목 받는 가운데 주방세제 산업의 만족도는 전년 대비 소폭으로 하락하며, CJ라이온이 우수한 평가와 함께 7년 연속 1위(역대 13회 1위)의 영예를 거머쥐었다.

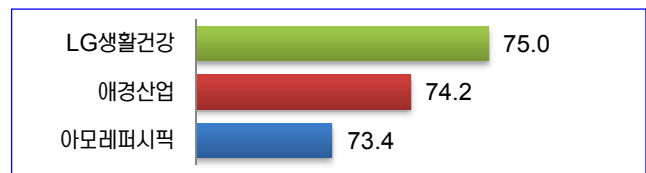
CJ라이온은 경쟁사 대비 전반적 만족도와 재구매 의향에서 높은 평가를 받았으며, 특히 요소항목에서는 잔향 여부를 제외한 전 항목에서 우위를 보였다.



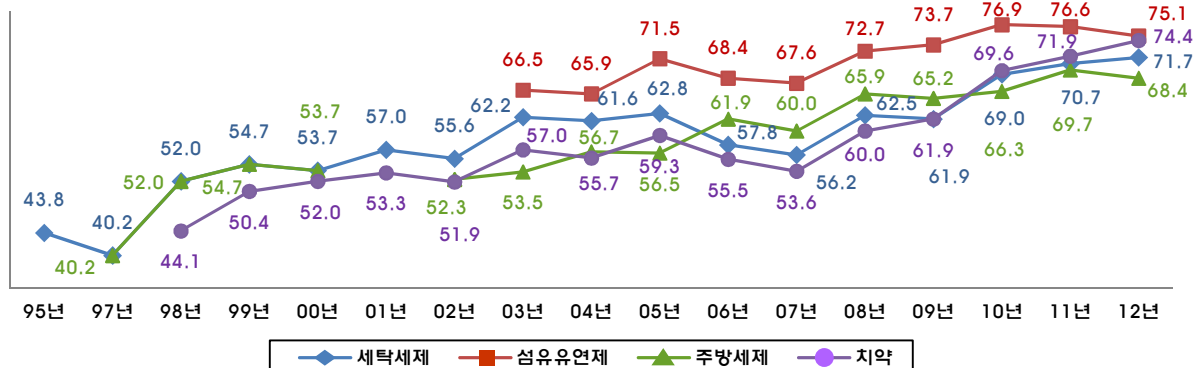
• 치약: 구취제거 뛰어난 LG생활건강 역대 6회 1위

염증 예방, 구취 제거, 미백 효과 등이 있는 기능성 제품이 소비자의 꾸준한 사랑을 받아 온 치약 산업의 만족도는 지난 해에 이어 큰 폭 상승하였으며, LG생활건강이 4년 연속 1위(역대 6회 1위)를 차지했다.

LG생활건강은 재구매 의향에서 경쟁사 대비 가장 높은 평가를 받았으며, 세부 요소항목별로는 제조사 신뢰도, 구입 용이성, 양치 시 느끼는 맛의 항목에서 높은 만족도를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

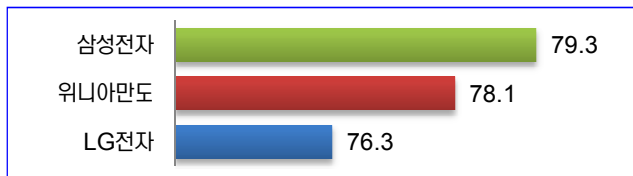
(3) 서비스업

■ 전기장비(주방용 전기기기)

● 김치냉장고: 좋은 디자인과 품질의 삼성전자가 2년 연속 1위

대용량, 다기능, 다양한 디자인 등에 대한 경쟁이 치열한 김치냉장고 산업의 만족도는 지난 해에 이어 상승했으며 삼성전자가 2년 연속 1위(역대 2회 1위) 자리를 차지했다.

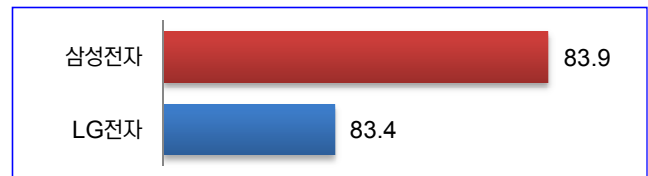
삼성전자는 경쟁사 대비 재구매 의향과 전반적 만족도에서 높은 평가를 받았으며, 점점에서의 서비스, 감각적인 디자인과 냄새가 잘 배이지 않는 점으로 소비자의 선택을 받았다.



● 냉장고: 잔 고장 없고 보관능력 뛰어난 삼성전자가 1위 수성

똑똑한 스마트 기능 못지 않게 차별화된 디자인에 공을 들여 까다로운 고객을 사로잡기 위해 노력하는 냉장고 산업의 만족도는 전년 대비 상승했으며, 삼성전자가 지난 해에 이어 연속 3년 1위(역대 8회 1위)를 차지했다.

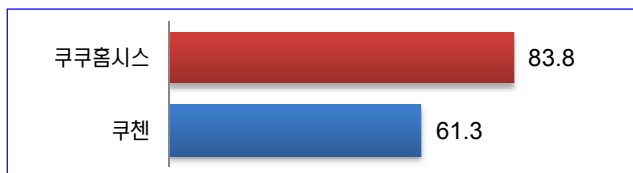
삼성전자 냉장고는 대부분의 요소항목에서 우수한 평가를 받았으며, 특히 냉동·냉장실의 식품 보관상태, 점점에서의 서비스, 회사 신뢰도 항목에서 우위를 나타냈다.



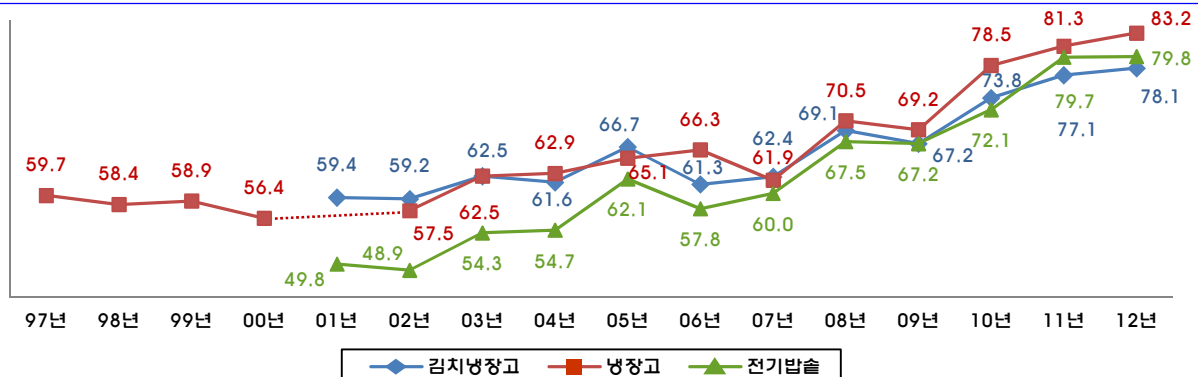
● 전기밥솥: 전반적으로 우수함을 보인 쿠쿠 12년 연속 1위

맛별이부부와 1인 가정을 위한 소형 제품부터 다양한 요리를 할 수 있는 고가형까지 두루 소비자의 사랑을 받는 전기밥솥 산업의 만족도는 올해도 상승세가 지속되었으며, 쿠쿠홈시스(쿠쿠)가 12년 연속 1위 자리를 지켜냈다.

쿠쿠홈시스(쿠쿠)는 경쟁사 대비 모든 요소항목에서 우수한 평가를 받았으며, 특히 회사에 대한 신뢰도가 높게 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

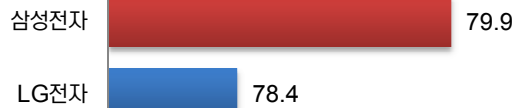
(3) 서비스업

■ 전기장비(가정용 전기기기 및 비전기식 기구)

• 세탁기: 삼성전자 깨끗한 행군으로 10번째 1위

에너지 절감과 함께 전기료 부담까지 덜어주고 용량과 성능을 극대화한 스마트 제품으로 소비자 마음을 사로잡은 세탁기 산업의 만족도는 전년에 이어 상승했으며, 삼성전자가 LG전자를 제치고 3년 연속 1위(역대 10회 1위)를 차지했다.

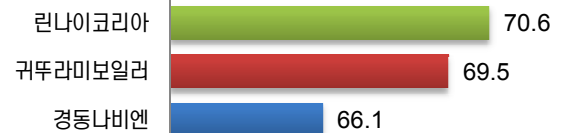
삼성전자는 경쟁사 대비 전반적 만족도 및 재구매 의향이 높았으며, 세탁물의 깨끗한 행군과 세탁 후 빨래의 청결, 회사의 신뢰도 등의 요소항목에서도 우위를 나타냈다.



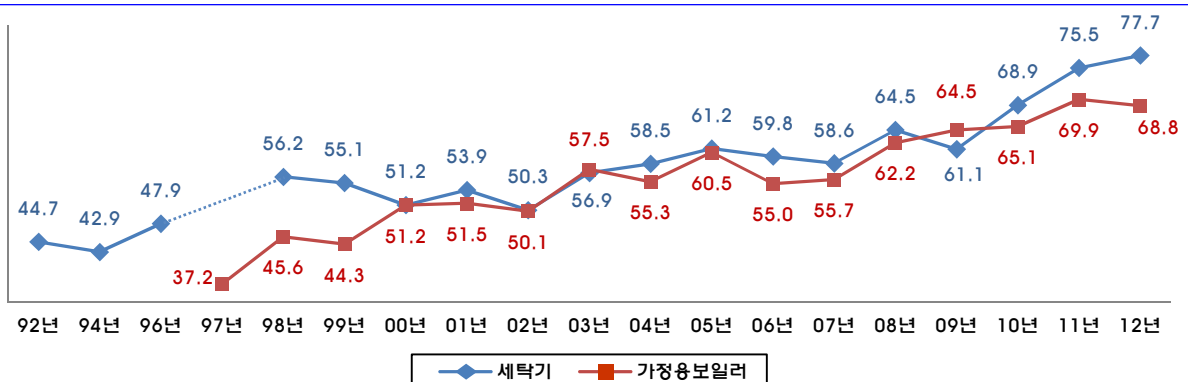
• 가정용보일러: 린나이코리아 역대 15회 1위 영예 달성

에너지 절감 및 효율을 통해 가스비 절감에 대한 관심이 뜨거운 상황에서 경쟁이 치열한 가정용보일러 산업의 만족도는 작년 대비 소폭으로 하락했으며, 린나이코리아가 7년 연속(역대 15회 1위) 1위를 차지했다.

린나이코리아는 경쟁사 대비 재구매 의향이 높았으며, 저소음, 점점 서비스, A/S, 잔 고장이 없다는 점에서 만족도가 높은 것으로 평가되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

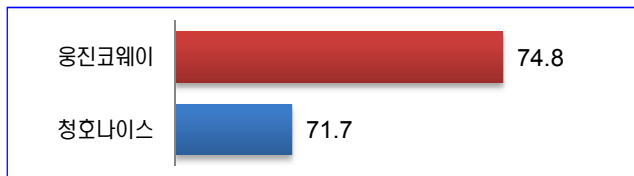
(3) 서비스업

■ 기타 기계 및 장비

• 가정용정수기: 잔 고장 없는 웅진코웨이 역대 12회 1위

깨끗하고 안전한 물을 위한 천연필터 사용과 다양한 기능 그리고 세련된 디자인의 제품으로 큰 인기를 끌고 있는 가정용정수기 산업의 만족도는 올해도 상승세를 이어 갔으며, 웅진코웨이가 8년 연속 1위(역대 12회 1위)를 달성했다.

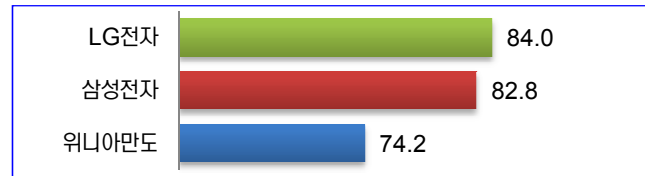
웅진코웨이 정수기는 렌탈 조건 항목을 제외한 모든 요소 항목에서 타사 대비 경쟁 우위를 보였다.



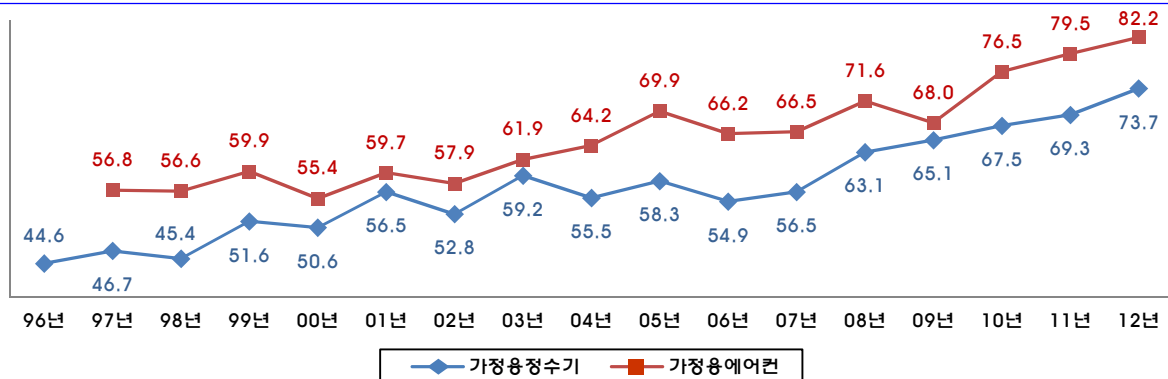
• 가정용에어컨: LG위센 업계 1위 자리 고수

전력난 가중으로 친환경·고효율과 함께 첨단 인공지능 기능까지 갖춘 제품이 출시되고 있는 가정용에어컨 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, LG전자가 6년 연속 1위(역대 12회 1위)에 올랐다.

LG전자는 전반적인 만족도에서 경쟁사를 따돌렸으며, 실내외기 외관의 견고함과 냉방성능, 회사의 신뢰도 면에서도 우위를 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

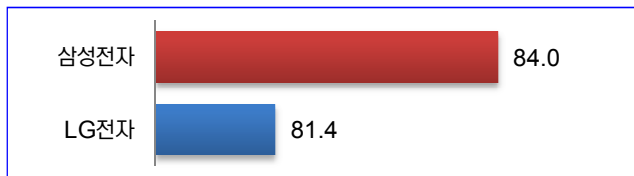
(3) 서비스업

■ 영상, 음향 및 통신, 정밀, 광학기기

● TV : 삼성전자 15년 연속 1위 이어가

3D와 스마트 기능으로 인한 소비자의 큰 관심 속에 그 경쟁이 날로 치열해지고 있는 TV산업의 만족도는 상승세를 이어갔으며, 삼성전자가 경쟁사인 LG전자를 제치고 15년 연속 1위라는 영예를 거머쥐었다.

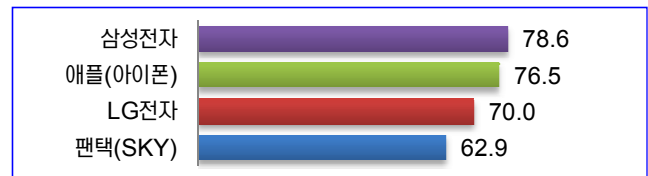
삼성전자는 경쟁사 대비 전반적 만족도와 재구매 의향에서 높은 평가를 받았을 뿐 아니라, 화질, 잔 고장 등 음질을 제외한 모든 요소항목에서도 우위를 나타냈다.



● 이동전화단말기: 삼성전자 역대 16회 1위 위업 달성

삼성과 애플의 특허 소송이 전세계적으로 관심을 불러일으키는 가운데 이동전화단말기 산업의 만족도는 전년 대비 비교적 큰 폭으로 상승하였으며, 삼성전자가 역대 16회 1위라는 기록을 세웠다.

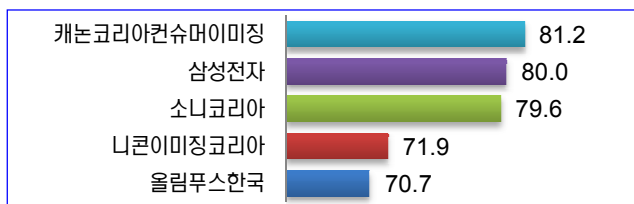
삼성전자는 전반적 만족도 및 재구매 의향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았을 뿐 아니라 선험한 액정화면, 회사 신뢰도, 음질, 통화 품질에서 소비자들에게 높은 점수를 받았다.



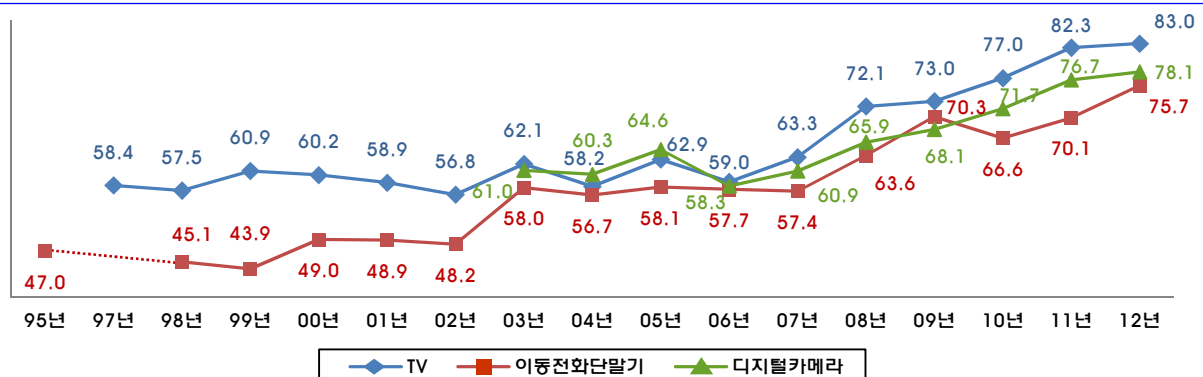
● 디지털카메라: 뛰어난 화질의 캐논코리아컨슈머이미징 1위

높은 화질의 카메라를 장착한 스마트폰의 보급에 따라 디지털카메라 시장이 위축되고 있는 가운데, 첨단기능 및 스마트기능이 장착된 신제품들이 출시되며 경쟁이 심화되는 디지털카메라 산업의 만족도는 꾸준히 상승하고 있으며, 캐논코리아컨슈머이미징이 KCSI에서 첫 1위를 차지했다.

캐논코리아컨슈머이미징은 전반적 만족도를 비롯해 화질, 초점, 잔고장, A/S 등의 요소항목에서도 경쟁사 대비 우위를 보였고 회사 신뢰도 또한 높은 것으로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 컴퓨터 및 사무기기

• 노트북PC : 삼성전자 높은 신뢰도와 함께 역대 15회 1위

고사양을 갖춘 울트라북이 등장하여 휴대성과 기능, 디자인을 모두 고려한 제품들이 사랑 받고 있는 노트북PC 산업의 만족도는 작년 대비 상승하였으며, 삼성전자가 올해에도 11년 연속 1위(역대 15회 1위) 자리를 달성했다.

삼성전자는 재구매 의향 및 모니터 화질, 처리속도, 점점 서비스, 회사 신뢰도 등 대부분의 항목에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았다.



• 데스크톱PC : 호환성과 빠른 처리속도, 삼성전자 1위

공간효율과 디자인을 중시하는 소비자들의 트렌드로 슬림형, 일체형 PC 등이 인기를 끌고 있는 데스크톱PC 산업의 만족도는 올해에도 상승하였으며, 삼성전자가 11년 연속 1위(역대 15회 1위)를 차지했다.

삼성전자는 전반적 만족도와 재구매 의향을 비롯하여 경쟁사 대비 높은 평가를 받았고, 저소음, 처리속도, 설치 및 사용안내 서비스 등의 대부분 요소항목에서도 우위를 나타냈다.



• 가정용복합기 : 빠른 출력속도로 삼성전자 역대 8회 1위

스마트 시대가 되면서 스마트 디바이스와 앱을 통한 연동기능을 통해 무선 기능이 지원되는 다기능 컴팩트 제품들을 선보인 가정용복합기 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승했으며, 삼성전자가 역대 8회 1위를 차지했다.

삼성전자는 타사 대비 빠른 출력속도, 적은 소음, 사용 편의성, 직원 응대태도 항목에서 높은 만족도를 보였으며 회사에 대한 신뢰도 또한 가장 높게 평가됐다.



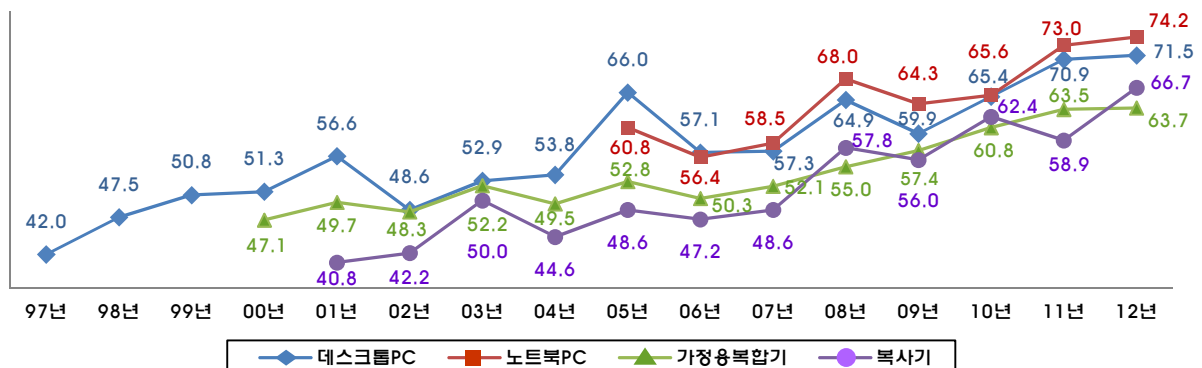
• 복사기 : 한국후지제록스 12년 연속 부동의 1위

소비자들이 복사기의 기본 기능 뿐만 아니라, 직관적인 인터페이스를 통해 사용이 편리하고 A/S가 빠른 제품을 선호하는 가운데, 복사기 산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭 상승하였으며, 한국후지제록스가 12년 연속 부동의 1위 자리를 지켜냈다.

한국후지제록스는 경쟁사 대비 빠른 복사 속도와 짧은 예열시간 그리고 편리한 기능조작은 물론 높은 회사 신뢰도로 고객의 선택을 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

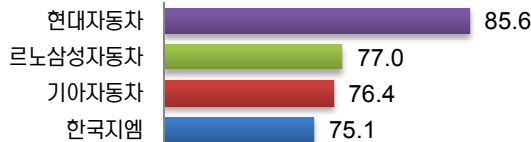
(3) 서비스업

■ 자동차 및 고무제품

• 일반승용차: 승차감 좋은 현대자동차 19년간 선두 질주

고유가 시대에 걸맞게 연비가 좋은 승용차가 소비자들의 관심을 끌고 있고, 높아진 기대 수준으로 인해 보다 많은 노력이 요구되는 일반승용차 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승했으며, 현대자동차가 19년 연속 1위라는 위업을 달성했다.

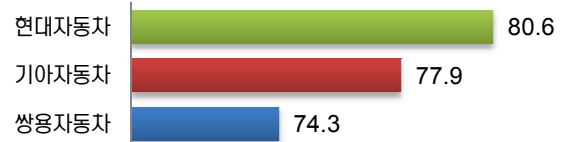
현대자동차는 대부분의 요소항목에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 특히 좋은 승차감과 주행 안정성으로 소비자의 꾸준한 사랑을 받았다.



• RV승용차: 소음, 승차감에서 앞선 현대자동차 1위

최근 승용차 버금가는 승차감과 소음진동을 크게 줄이는 등의 노력으로 큰 인기를 끌고 있는 RV 승용차의 만족도는 전년에 비해 큰 폭으로 상승하였으며, 현대자동차가 9년 연속 1위를 차지했다.

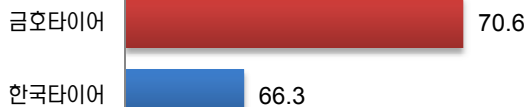
현대자동차는 경쟁사 대비 재구입 의향과 전반적 만족도에서 높은 평가를 받았으며, 소음 및 승차감(안락감), 배기량 대비 연비, 정비품질, 회사 신뢰도 등에서 높은 만족도를 나타냈다.



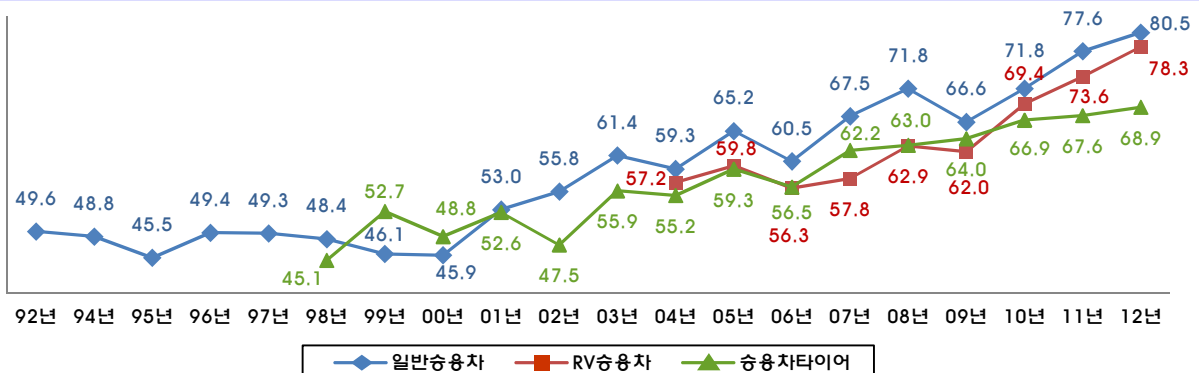
• 승용차타이어: 재구입 의향 높은 금호타이어 역대 9회 1위

친환경 제품에 대한 지속적인 관심이 유지되고 있는 가운데 조정 안정성은 극대화하면서 회전저항은 최소화하는 초고성능 제품을 선보였던 승용차타이어 산업의 만족도는 올해도 상승세를 이어갔으며, 금호타이어가 8년 연속(역대 9회 1위)를 차지했다.

금호타이어는 전반적 만족도 및 재구입 의향에서 높은 평가를 받았으며, 고속주행 시 적은 소음 항목을 제외한 모든 항목에서 경쟁사와 비교하여 월등한 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

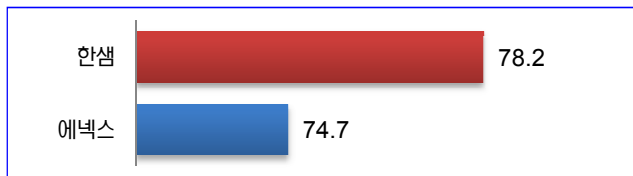
(3) 서비스업

■ 가구, 기타 제품

• 부엌가구: 한샘 견고하고 깔끔한 시공으로 6번째 1위

단순히 요리만을 하는 공간이 아닌 주부들에게 저마다의 개성을 나타내는 공간으로 활용되어 실용성과 디자인이 강조되고 있는 부엌가구 산업의 만족도는 올해에도 상승세를 이어갔으며, 한샘이 에넥스를 제치고 금년 1위(역대 6회 1위)를 차지했다.

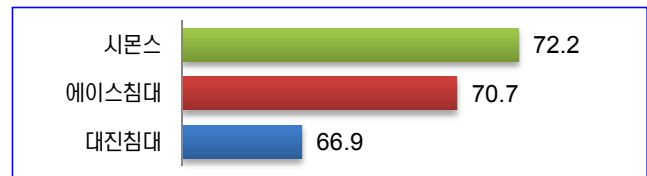
한샘은 전반적 만족도가 가장 높은 것으로 나타났으며, 제품의 견고성, 깔끔한 시공, 수납공간의 효율성, 회사 신뢰도 등 대부분의 요소항목에서도 좋은 평가를 받았다.



• 침대: 전반적 만족도 높은 시몬스 역대 5회 1위 달성

최근 수면의 중요성이 강조되면서 침대 스프링과 내부 소재는 물론 원단까지 꼼꼼하게 살피는 고객이 늘어나고 기대수준 또한 높아만 가는 침대 산업의 만족도는 매년 꾸준히 상승했으며, 시몬스가 4년 연속 1위(역대 5회 1위)를 차지했다.

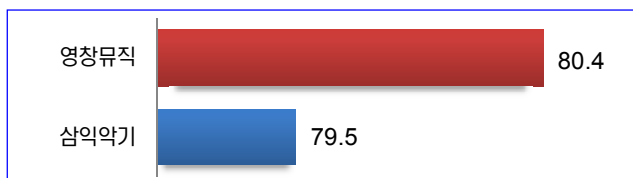
시몬스는 경쟁사 대비 전반적 만족도와 재구매 의향에 높은 점수를 받았고 튼튼한 스프링과 A/S 품질, 가격 적절성 측면에서 우수한 평가를 얻었다.



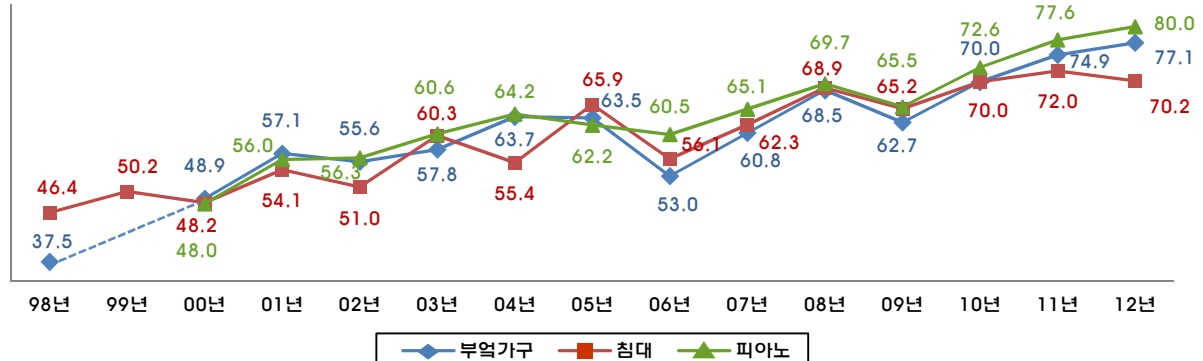
• 피아노: 변하지 않는 음의 영창뮤직 13년 연속 1위 달성

피아노 산업의 만족도는 올해 또 한번 큰 폭으로 상승했으며, 영창뮤직(구 영창악기)은 더 이상 단순 악기 제조사가 아닌 문화를 제조하는 기업으로서 변화하며 13년 연속 고객만족 1위 기업이라는 위업을 달성했다.

영창뮤직은 경쟁사에 비해 디자인을 제외한 소리, 배달 및 설치 서비스, 직원의 응대태도 등의 모든 항목에서 높은 만족도를 나타냈으며, 회사에 대한 신뢰도 또한 매우 높은 것으로 평가됐다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 소매업(대형 종합 소매업)

● 백화점: 높은 수준의 서비스로 신세계 6년 연속 1위

경기 불황 속에 장기 할인행사 및 다양한 이벤트에도 불구하고 소비 심리가 많이 위축되고 있으나, 합리적인 소비를 제안하며 고객만족을 위해 끊임없는 노력을 펼치고 있는 백화점 산업의 만족도는 작년 대비 감소했으며, 신세계가 6년 연속 1위를 고수했다.

신세계백화점은 전반적 만족도, 재이용 의향과 직원 응대 태도, 고객 편의 시설, 편리한 주차 항목이 경쟁 우위로 나타났다.



● 면세점: 롯데면세점 높은 재이용 의향으로 조사 첫 해 1위

해외 여행객의 증가로 면세점 이용빈도가 증가하고 있고, 고객들의 기대 수준도 높아지고 있는 면세점 산업은 금년 KCSI 신규조사 대상으로, 롯데면세점이 첫 고객만족 1위 기업으로 선정되었다.

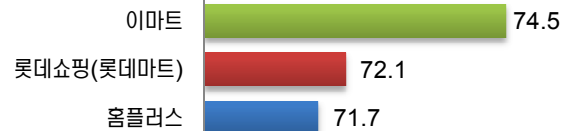
롯데면세점은 경쟁사 대비 전반적 만족도, 재이용 의향에서 높게 나타났으며 상품구색의 다양성, 매장 시설/환경, 고객의 편의 시설, 결제 안내 등의 세부 항목에서도 우위를 나타냈다.



● 대형마트: 다양한 상품과 서비스로 이마트 역대 10회 1위

의무 휴무 등 영업제한이 본격화되며 매출에 영향을 받고 있는 가운데, 상품 구색을 강화하고 고급화와 동시에 최저가 상품을 개발하는 등 복합화 추세를 이어가는 대형마트 산업의 만족도는 작년보다 소폭 감소했으며, 이마트가 2년 연속 1위(역대 10회 1위)로 선정되었다.

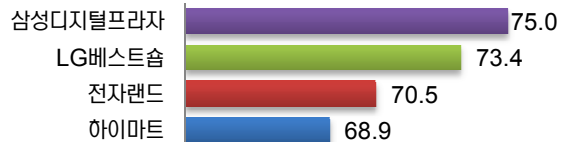
이마트는 전반적 만족도, 재이용 의향, 상품의 질, 직원 응대 태도, 합리적인 상품 가격 등의 항목에서 좋은 점수를 받았다.



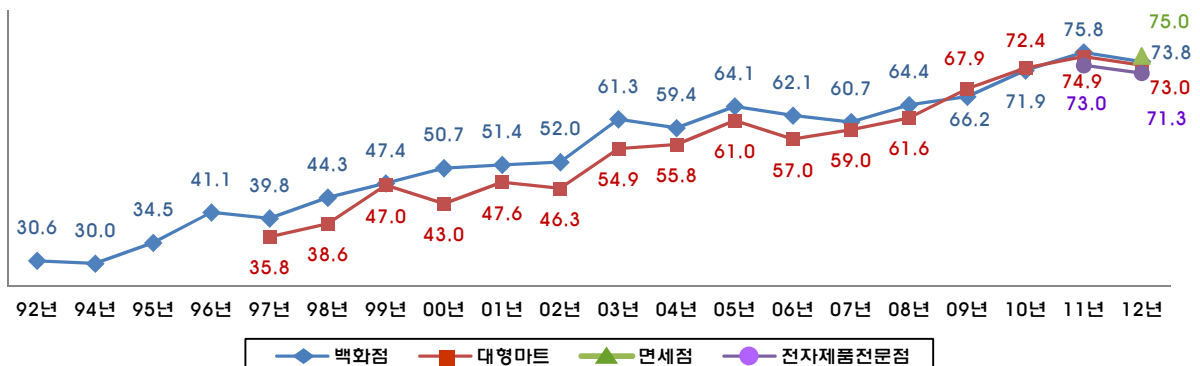
● 전자제품전문점: 삼성 디지털프라자 2년 연속 1위

가격정찰제 시행 등의 노력으로 투명한 경쟁을 시도하고 있는 전자제품전문점 산업은 삼성디지털프라자가 경쟁사들을 누르고 2년 연속 1위 기업으로 선정되었다.

삼성디지털프라자는 경쟁사 대비 전반적 만족도에서 높은 점수를 받았으며, 상품의 질과 종류, 직원 응대 태도, 상품교환 및 반품의 용이성, 매장시설환경, 회사 신뢰도 등의 세부 평가항목에서도 우위를 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

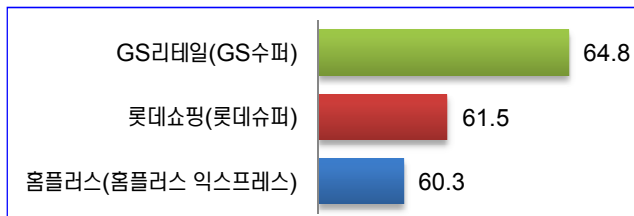
(3) 서비스업

■ 소매업(음식료품위주 종합 소매업)

● 대형슈퍼마켓: GS수퍼, 좋은 상품으로 3년 연속 1위

영업제한에 대한 위협은 있었으나, 소량구매를 선호하는 소비 문화 확산으로 수요가 늘어나고 있는 대형슈퍼마켓산업에서, GS수퍼가 또다시 경쟁사들을 제치고 3년 연속 1위 기업으로 선정되었다.

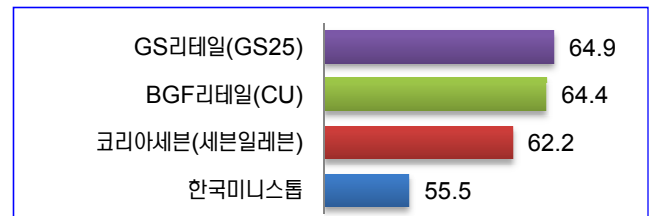
GS수퍼는 전반적 만족도, 재이용 의향, 상품의 질, 직원 응대 태도, 매장 시설 환경, 계산대에서의 짧은 대기시간, 회사 신뢰도 등의 요소 항목이 경쟁사 대비 높은 만족도를 나타냈다.



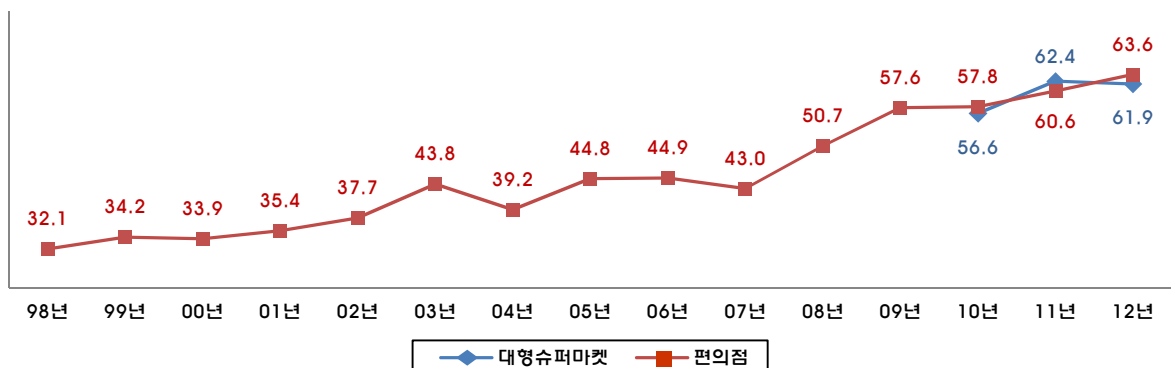
● 편의점: 높은 전반적 만족도로 GS25 역대 13회 1위

다른 유통업체에 비해 산업 규제가 약한 편이지만 출점 경쟁이 심화되고 있는 편의점 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, GS25가 10년 연속 1위(역대 13회 1위)를 차지했다.

GS25는 경쟁사 대비 높은 전반적 만족도를 보였으며, 내·외부 시설환경, 진열상태, 상품의 다양성, 회사 신뢰도 항목에서 높은 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

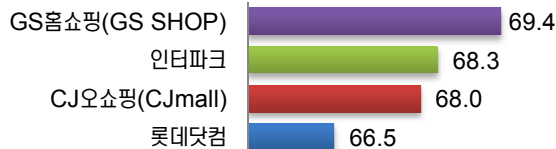
(3) 서비스업

■ 소매업(통신 판매업)

• 인터넷쇼핑몰: 신뢰받는 서비스로 GS Shop 첫 1위

원하는 상품을 편리하게 볼 수 있고 빠르게 배송 받을 수 있는 장점으로 급 성장한 인터넷쇼핑몰 산업은 제품의 구색까지 다양하고 갖추고, 다양한 고객 끌기 전략을 통해 전년에 이어 성장세를 지속하고 있으며 GS Shop이 처음으로 1위로 선정되었다.

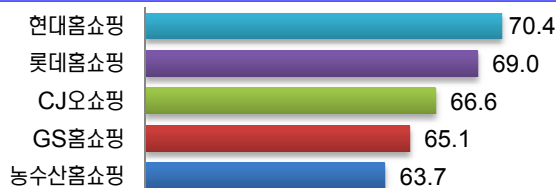
GS Shop은 재이용 의향이 경쟁사 대비 높게 나타났으며, 상품의 다양성, 상품에 대한 신뢰, 상품검색의 용이성, 회사의 신뢰도 항목에서도 우위를 나타냈다.



• TV홈쇼핑: 현대홈쇼핑 7년 연속 부동의 1위

디지털 케이블 TV의 보급이 확대되고, 다양한 플랫폼이 발달되며 성장세를 이어가고 있는 TV홈쇼핑 산업에서 현대홈쇼핑이 7년 연속 1위를 수상하였다.

현대홈쇼핑은 전반적 만족도와 재구입 의향이 가장 높았으며, 반품과 A/S의 용이성, 결제와 이용의 편리성의 세부항목에서 경쟁사 대비 좋은 점수를 얻어 계속 선두를 이어갔다.



• 오픈마켓: 편리한 서비스로 11번가 4년 연속 1위

가격경쟁력을 앞세우며 다양한 상품 구성을 통해 거둔다고 있는 오픈마켓 산업은 성장세가 지속되고 있으며, 첫 조사 이래로 11번가가 4년 연속 고객만족 1위 기업으로 선정되었다.

11번가는 전반적 만족도가 가장 높았고, 편리한 주문 절차와 결제, 편리한 조회, 사이트 화면 구성, 할인 및 적립혜택, 회사의 신뢰도 등의 항목에서도 좋은 결과를 보였다.



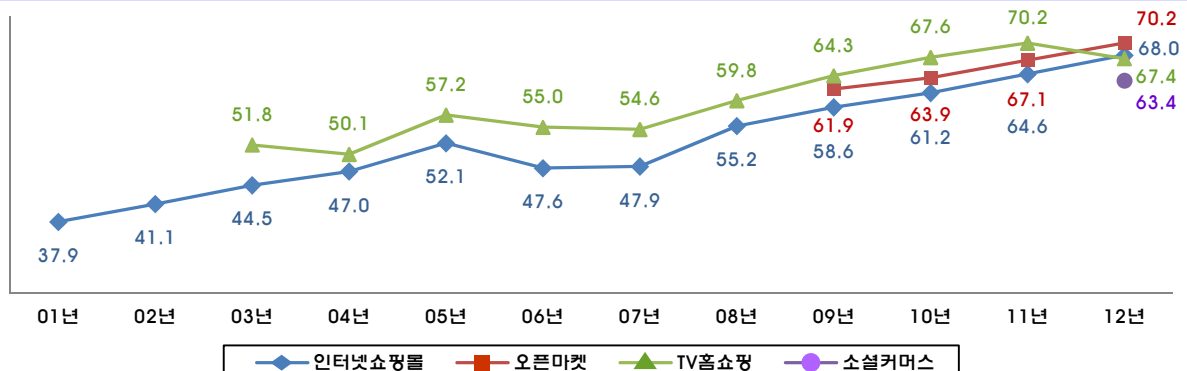
• 소셜커머스: 티켓몬스터 조사 첫 해 1위의 영예

Cheap chic(싸면서도 질 좋은)의 소비를 추구하는 소비자들의 구매 욕구를 자극하며, 소셜네트워크의 발달과 함께 급속도로 성장한 소셜커머스 산업은 올해 첫 신규 조사 산업으로, 티켓몬스터가 당당하게 1위를 차지 했다.

티켓몬스터는 경쟁사 대비 전반적 만족도, 재이용 의향이 높게 나타났으며, 상품 종류의 다양성, 편리한 주문 절차와 결제에서 좋은 점수를 받아 경쟁 우위를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 소매업(서적류, 기타 소매업)

• 대형서점: 다양한 서적 보유한 교보문고 16년 연속 1위

각종 이벤트 및 문화행사 등으로 복합문화공간으로 거듭나며 고객에게 차별화된 가치를 제공하고 있는 대형서점 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 교보문고가 16년 연속 고객 만족 1위를 이어가는데 성공했다.

교보문고는 전반적 만족도, 요소 만족도와 재구매 의향이 모두 높았고, 경쟁사 대비 직원의 응대태도, 책에 대한 직원 안내, 서적의 다양성, 서점의 신뢰도 등에서도 경쟁 우위를 보였다.



• 인터넷서점: 예스24 빠른 배송으로 4년 연속 1위

빠른 배송과 저렴한 가격을 무기로 지속 성장해가며 고객의 관심을 받고 있는 인터넷서점 산업에서 예스24가 올해도 1위 자리를 지키는데 성공했다.

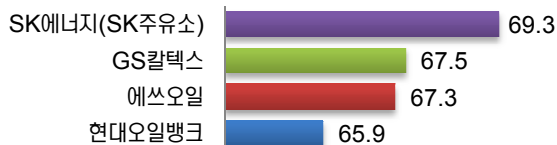
예스24는 경쟁사 대비 요소 만족도가 가장 높게 평가되었으며, 서적에 대한 자세한 정보, 편리한 주문 절차와 결제, 고객응대, 인터넷 서점의 신뢰도에서 우수한 것으로 나타났다.



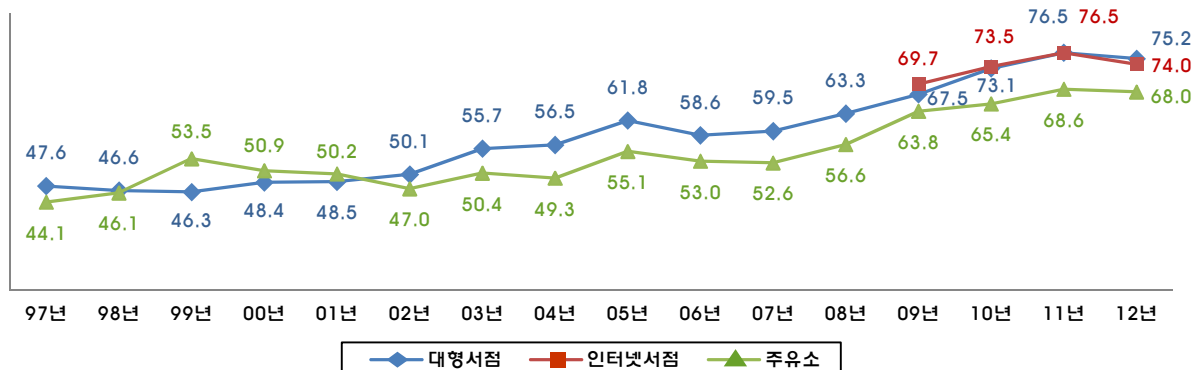
• 주유소: 친절성으로 SK에너지 13번째 1위

정유사 간 가격경쟁 촉진을 위해 알뜰 주유소가 등장하고, 유가 변동이 심화됨에 따라 주유소 간 가격 및 서비스 경쟁이 심화되고 있는 주유소 산업은 SK에너지가 전년에 이어 2년 연속 1위(역대 13회 1위)를 고수하는데 성공했다.

SK에너지는 전반적 만족도가 경쟁사 대비 가장 높게 나왔으며, 주유원 친절도, 복장 및 용모가 경쟁사 보다 높게 평가되었다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

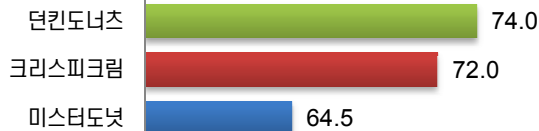
(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

• 도넛전문점: 다양한 메뉴로 던킨도너츠 2년 연속 1위

건강에 좋은 두유, 야채 등 좋은 재료를 넣고 칼로리까지 낮은 웰빙 도넛이 유행하고, 다양하고 이색적인 메뉴들을 선보인 도넛전문점 산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 상승하였으며, 던킨도너츠가 2년 연속 1위의 자리를 지켰다.

던킨도너츠는 전반적 만족도, 재구매 의향이 모두 경쟁사 대비 높게 나타났으며, 맛, 메뉴의 다양성, 제품의 진열상태, 도넛전문점의 신뢰도 등의 항목에서도 경쟁 우위를 보였다.



• 제과/제빵점: 신선한 제품으로 파리바게뜨 역대 4회 1위

원재료 가격 인상으로 인해 어려움을 겪었던 제과/제빵 산업은 웰빙 트렌드에 맞춘 프리미엄 제품들을 출시하며 꾸준히 성장하여 만족도가 전년 대비 상승하였으며, 파리바게뜨가 2년 연속 1위(역대 4회 1위)를 이어가고 있다.

파리바게뜨는 경쟁사 대비 전반적 만족도, 재구매 의향이 모두 높았으며, 제품의 맛과 신선도, 내·외부 시설환경, 제과/제빵점의 신뢰도에서 우위를 나타냈다.



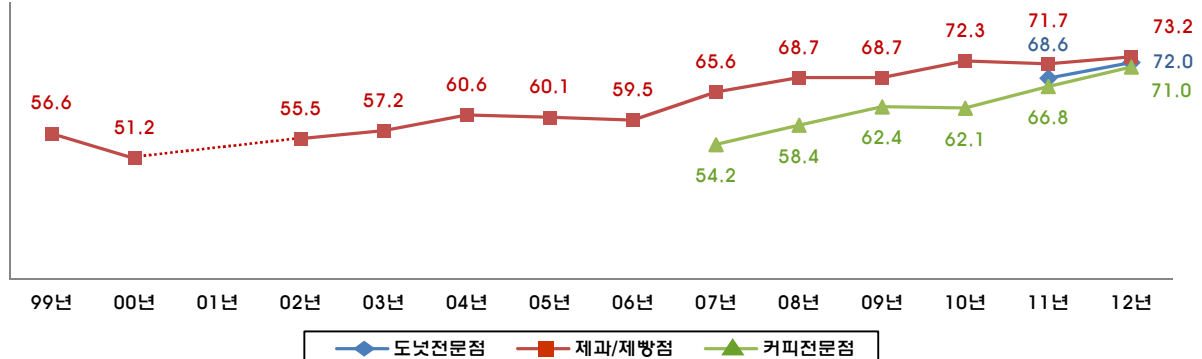
• 커피전문점: 치열한 경쟁 속에서 엔제리너스커피 1위 고수

커피 시장의 확대로 매장 수가 포화상태가 된 커피전문점 산업은 커피의 품질 확보와 다양한 제품을 출시하는 등의 노력으로 전년 대비 비교적 큰 폭으로 상승했으며, 엔제리너스커피가 치열한 경쟁 속에서도 3년 연속 1위를 고수했다.

엔제리너스커피는 경쟁사 대비 전반적 만족도, 요소만족도 및 재이용 의향이 높았으며, 직원 응대 태도, 메뉴안내, 할인 및 적립 혜택, 매장 시설 및 환경에서도 높은 만족도를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

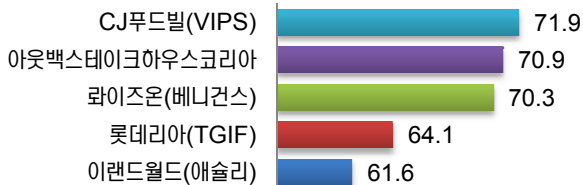
(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(음식점 및 주점업)

● 패밀리레스토랑: 높은 회사 신뢰도로 VIPS 업계 1위 고수

공격적인 출점과 더불어 패밀리레스토랑간의 컨셉에 따른 다양한 메뉴 개발, 소비자 맞춤형 인테리어 등을 통해 새로운 도약을 꿈꾸고 있는 패밀리레스토랑 산업의 만족도는 올해에도 큰 폭으로 상승하였으며, 빙스(VIPS)가 3년 연속 고객 만족도 1위 기업의 자리를 당당하게 지켜냈다.

CJ VIPS는 경쟁사 대비 전반도 만족도가 높게 나타났으며, 대기고객 관리와 메뉴 안내에서도 경쟁 우위를 나타냈다.



● 패스트푸드점: 신선한 음식으로 KFC 만족도 1위 유지

건강한 먹거리와 웰빙 트렌드에 맞춰 다양한 웰빙 메뉴 개발 등의 발 빠른 노력을 통해 패스트푸드점의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 상승하였으며 SRS코리아(KFC)가 3년 연속 1위를 유지했다.

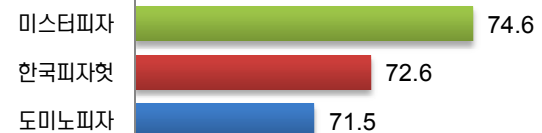
KFC는 전반적 만족도가 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았고, 음식의 신선도, 메뉴 안내, 매장 시설 및 환경 등의 항목에서도 높은 만족도를 나타냈다.



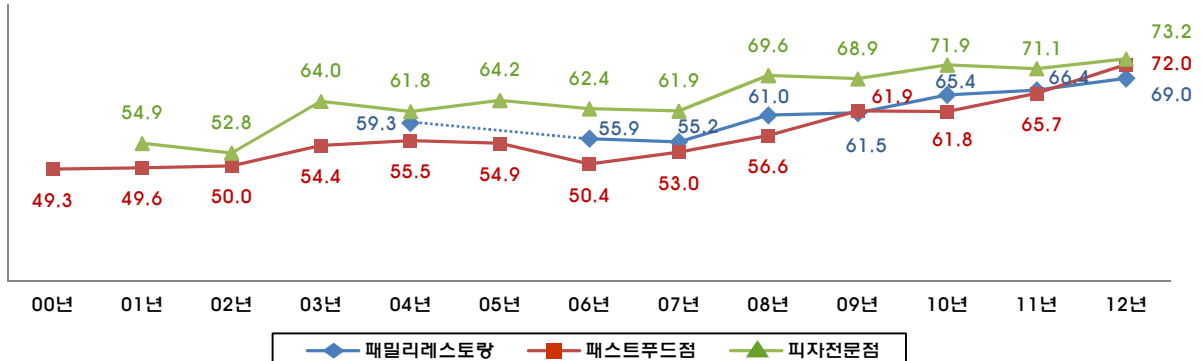
● 피자전문점: 높은 재구입 의향으로 미스터피자 5회 1위

대형마트의 피자 시장 진입에 따라 피자전문점들도 고객들의 니즈에 맞춘 신제품 개발과 다양한 사이드 메뉴 출시 등의 노력으로 피자전문점 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 미스터피자가 4년 연속 1위(역대 5회 1위)를 고수했다.

미스터피자는 경쟁사 대비 전반적 만족도와 재구입 의향에서 월등하게 높은 평가를 받았으며, 매장환경 등에서도 좋은 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 숙박 및 음식점업(숙박업), 건설업

● 아파트: 올해 전년 대비 전반적 만족도 하락

계속되는 경기 불황과 주택시장 침체에 따라 아파트 분양도 난항이며, 분양가도 하락세에 접어들고 있는 아파트 산업의 만족도는 전년 대비 비교적 큰 폭으로 하락한 것으로 나타났다.

올해 아파트 산업은 전반적 만족도에서 큰 폭으로 하락하였으며, 실내 설비 및 인테리어 항목에서 하락하고 아파트의 내부 구조 및 크기, 하자보수의 세부항목은 전년대비 상승하였다.

아파트 63.5

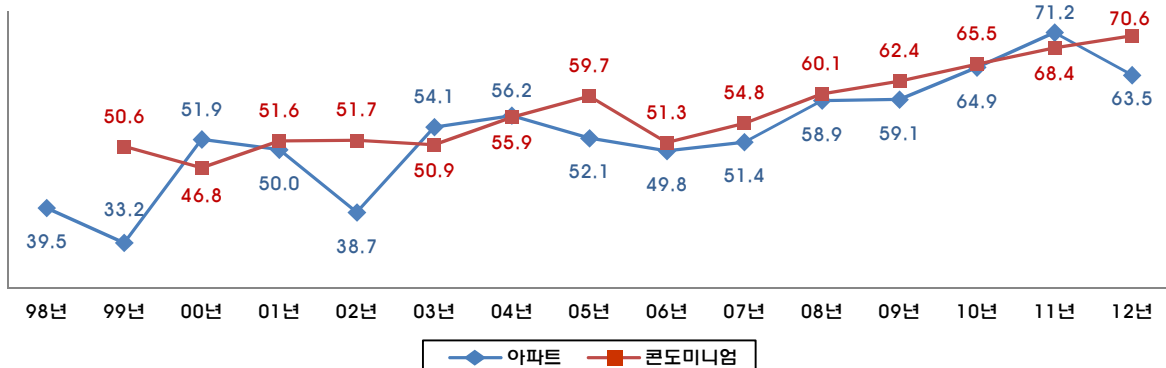
● 콘도미니엄: 친절한 서비스로 한화리조트 1위 자리 탈환

여가생활이 확산되면서 콘도미니엄들은 숙박제공뿐 아니라 다양한 시설들을 갖추어 가족단위 고객들에게 사랑 받으며 만족도 또한 상승세를 지속적으로 이어갔으며, 올해 한화호텔앤드리조트(한화리조트)가 1위(역대 3회 1위) 자리를 탈환했다.

한화리조트는 경쟁사대비 높은 재구입 의향을 나타냈으며, 객실 청결성, 직원의 친절성, 객실 비품관리, 예약서비스, 회사의 신뢰도 항목에서도 우수한 평가를 받았다.

한화리조트 71.4
대명리조트 70.0

산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

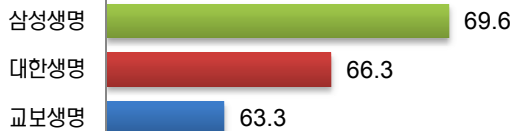
(3) 서비스업

■ 금융 및 보험(보험 및 연금업)

● 생명보험: 삼성생명 역대 14회 업계 1위 달성

경쟁이 심화됨에 따라 고객 니즈에 맞춘 다양한 상품개발 및 채널 다양화 등을 통해 고객의 관심을 끌고 있는 생명보험 산업의 만족도는 상승세를 이어가고 있으며, 삼성생명이 올해로 8년 연속 1위(역대 14회 1위) 자리를 지켜냈다.

삼성생명은 타사 대비 전반적 만족도와 재이용 의향이 매우 높게 나타났으며, 응대 신속성, 응대태도, 상품설명, 회사 신뢰도 등의 항목에서도 좋은 평가를 받았다.



● 온라인자동차보험: 현대하이카다이렉트 4년 연속 1위

가격에 다소 민감하고 경제난이 지속될 수록 저렴한 가격을 무기로 지속 성장하고 있는 온라인자동차보험 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 이어가고 있으며, 현대하이카다이렉트가 4년 연속 1위를 차지했다.

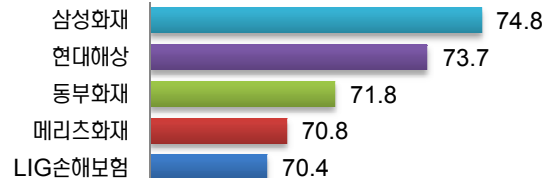
현대하이카다이렉트는 이용편리성, 사고 시 연락 및 안내, 긴급출동 서비스, 보상처리에 대한 안내 및 확인, 회사 신뢰도 등의 세부 항목에서 경쟁사보다 좋은 점수를 받았다.



● 자동차보험: 높은 신뢰도로 삼성화재 역대 16회 1위 달성

정보와 지식의 공유 및 교류가 활발히 이루어짐에 따라 주변 추천의 영향을 크게 받는 자동차보험 산업의 만족도는 전년보다 큰 폭의 상승을 하였으며, 삼성화재가 15년 연속 1위(역대 16회 1위) 자리를 고수했다.

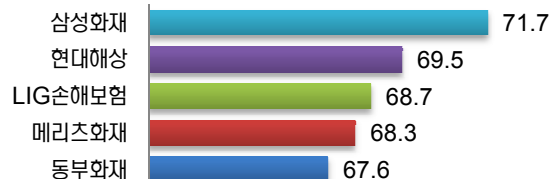
삼성화재는 재가입 의향, 이용의 편리성, 직원 응대 태도, 긴급출동 서비스, 회사 신뢰도 등의 항목에 경쟁우위를 나타냈다.



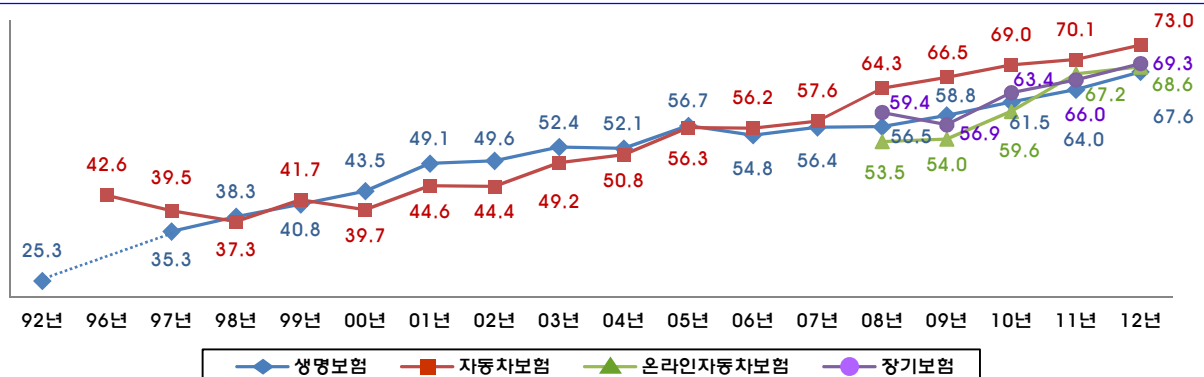
● 장기보험: 삼성화재 세심한 고객관리로 2년 연속 1위

베이비부머 세대의 은퇴가 시작됨에 따라 고령화에 맞춘 다양한 상품들이 출시되며 지속성장하고 있는 장기보험(장기손해보험) 산업의 만족도는 전년 대비 상승세를 이어가고 있으며, 삼성화재가 2년 연속 1위 자리를 지켜냈다.

삼성화재는 전반적 만족도, 재가입 의향에서 좋은 평가를 받았으며, 직원 응대 태도, 정보제공, 가입 후 고객관리, 회사 신뢰도 항목에서 경쟁사 대비 우위를 차지했다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

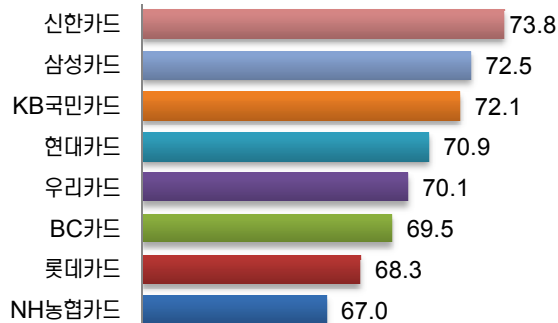
(3) 서비스업

■ 금융 및 보험(금융업)

• 신용카드: 고객편의를 고려한 서비스로 신한카드 선두

경기침체에 따른 소비심리 위축으로 혜택에 민감한 고객들을 위해 다양한 혜택이 담긴 상품들이 출시되면서 고객의 마음을 사로잡고 있는 신용카드 산업의 만족도는 상승세를 지속적으로 이어가고 있으며, 올해에는 신한카드가 2년 연속 고객만족 1위를 이어가고 있다.

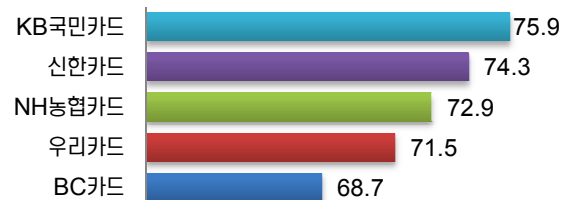
신한카드는 전반적 만족도와 재이용 의향에서 경쟁사보다 우수한 평가를 받았으며, 특히 직원 응대 태도, 편리한 결제와 이해하기 쉬운 이용 대금 명세서가 좋은 평가를 받았다.



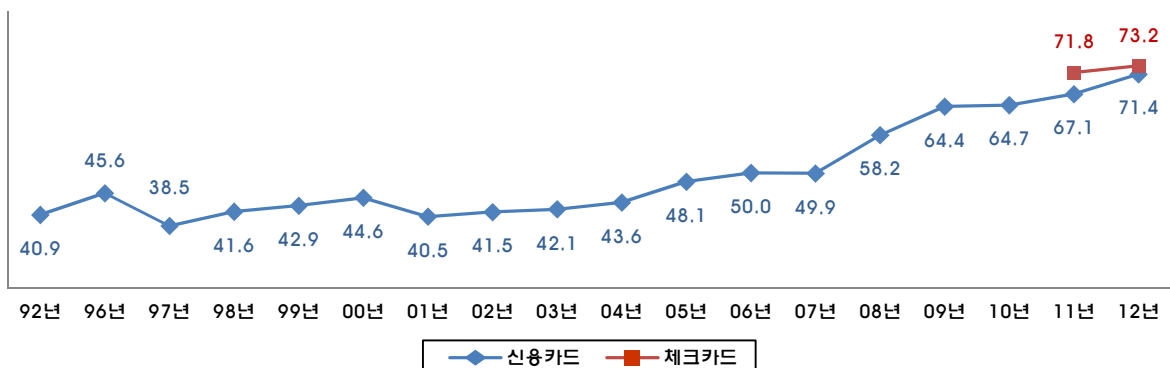
• 체크카드: KB국민카드 2년 연속 1위 고수

연말정산 시 신용카드보다 많은 소득공제혜택이 제공되고 계획적인 소비를 할 수 있는 체크카드는 젊은 층을 대상으로 확대되고 있으며 체크카드 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였고, KB국민카드가 경쟁자들을 제치고 2년 연속 고객만족 1위 기업을 고수했다.

KB국민카드는 경쟁사 대비 전반적 만족도, 재이용 의향에서 높게 나타났으며, 이용 편리성, 은행 관련 업무 처리 및 홈페이지 이용 편리성 등의 세부항목에서 경쟁 우위를 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

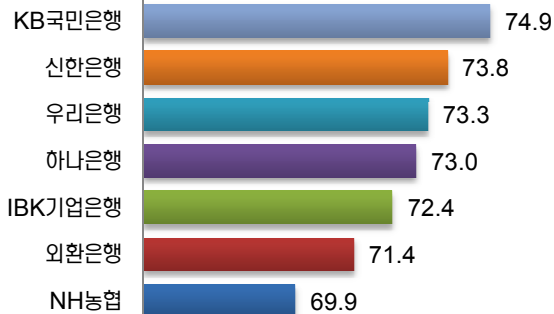
(3) 서비스업

■ 금융 및 보험(금융업, 증권)

• 은행: 높은 회사 신뢰도로 KB국민은행 6년 연속 1위

다양한 고객만족경영 활동을 실시하며 고객과의 관계를 형성하고 있는 은행 산업의 만족도는 전년 대비 큰 폭으로 상승하였으며, KB국민은행이 올해로 6년 연속 1위 자리를 고수했다.

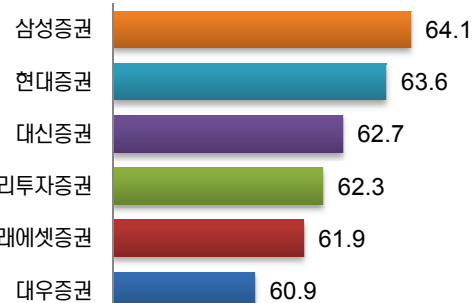
KB국민은행은 타 은행 대비 전반적 만족도와 재이용 의향에서 좋은 평가를 받았으며, 안전한 이용, 회사의 신뢰도 등의 세부 요소항목에서도 경쟁 우위를 보였다.



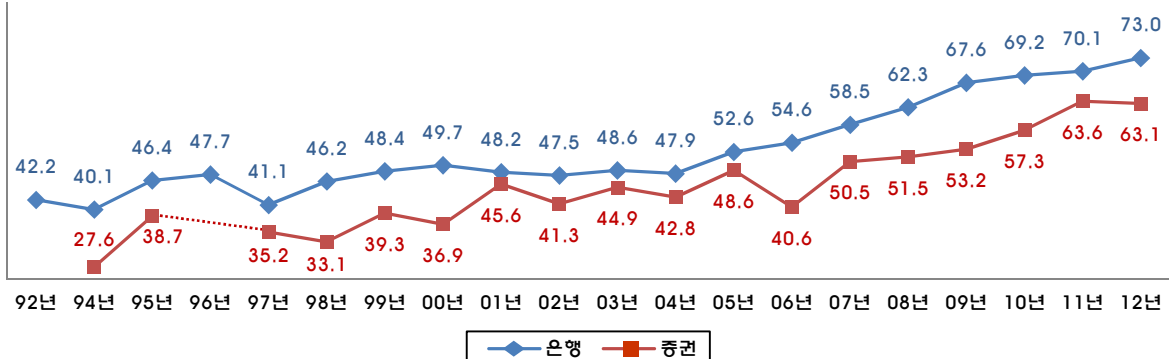
• 증권: 신뢰를 바탕으로 한 삼성증권 역대 9회 1위 달성

글로벌 경기 침체의 여파로 증권 시장의 급격한 위축과 업계 간 치열한 경쟁이 이루어지고 있는 증권 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 삼성증권이 7년 연속 1위(역대 9회 1위)자리를 당당하게 지켜냈다.

삼성증권은 정보의 신뢰성과 신속성, 투자 상담, 사이버 거래의 편리성 등의 세부 요소항목에서 좋은 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

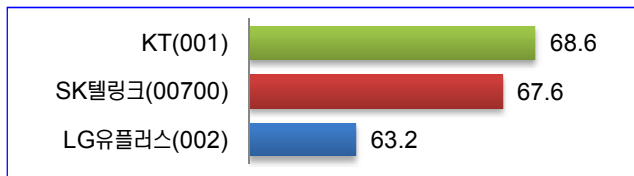
(3) 서비스업

■ 통신업(유무선 전화업)

● 국제전화: 뛰어난 통화품질로 KT 역대 13회 1위 달성

무료 국제전화가 등장하고 기업간의 요금 경쟁이 치열해지고 있는 국제전화 시장의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, KT(001)가 3년 연속 1위(역대 13회 1위) 자리를 차지했다.

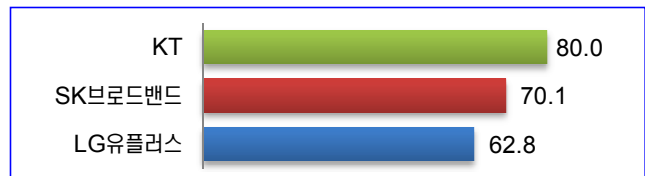
KT는 재이용 의향에서 경쟁사 대비 높은 평가를 받았으며, 통화 품질, 요금 납부의 편리성, 정확한 요금 부과, 회사의 신뢰도 등의 세부 요소 항목에서 좋은 평가를 받았다.



● 시내/시외전화: KT 역대 14회 부동의 1위 자리 유지

시내/시외전화 서비스의 고객만족도는 작년 대비 다소 상승하였으며, KT가 고객만족도 13년 연속 부동의 1위(역대 14회 1위)의 자리를 기록했다.

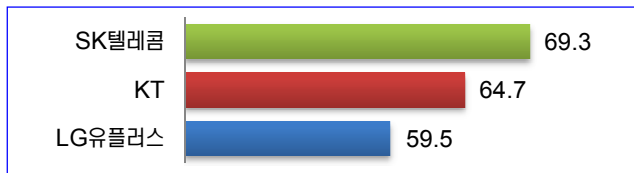
KT의 시내/시외전화는 전반적 만족도 및 재이용 의향에서 좋은 평가를 받았고, 통화 음질, 통화 중 단절/혼선, 설치 직원의 친절성, 회사 신뢰도 등 세부 요소항목에서 경쟁우위를 나타냈다.



● 이동전화: 통화 품질 우수한 SKT 15년 연속 1위 고수

통신 요금 인하에 관한 이슈가 끊임없이 지속되고 있으나, LTE(Long Term Evolution)가입자의 빠른 증가로 인해 가입자 유치 경쟁이 치열해지고 있는 이동전화서비스의 만족도는 전년대비 상승하였으며, SK텔레콤이 15년 연속 1위의 자리를 고수했다.

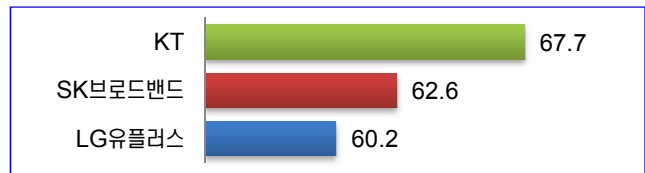
SK텔레콤은 전반적 만족도 및 재이용 의향에서 경쟁사 대비 좋은 평가를 받았으며, 통화 성공/연결, 통화 음질, 회사의 신뢰도 등의 요소 항목에서도 높은 만족도를 나타냈다.



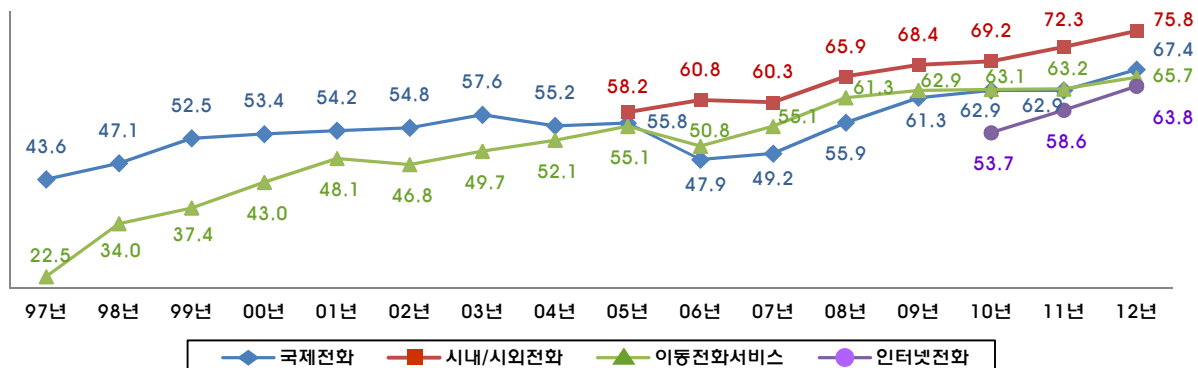
● 인터넷전화: KT 경쟁사 제치고 3년 연속 1위 유지

망내할인 요금제, 결합상품 등을 통한 가격경쟁력을 기반으로 다양한 콘텐츠를 개발하고 있는 인터넷전화 시장의 만족도는 전년 대비 큰 폭의 상승을 하였으며, KT가 경쟁사 대비 큰 경쟁우위로 3년 연속 1위를 차지했다.

KT는 경쟁사 대비 전반적 만족도와 재이용 의향에서 월등히 좋은 점수를 받았으며, 통화 중 혼선, 개통/설치 약속, 설치 직원의 업무능력/친절성, 회사의 신뢰도 등 대부분의 요소항목에서 경쟁 우위를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 통신업(우편, 부가 통신업), 방송업

• 우편: 공공서비스 부문 1위 유지

우편서비스(우정사업본부)에 대한 고객만족도는 전년 대비 다소 하락하였으나, 전체 공공 서비스 부문에서는 2위와 근소한 차이로 고객만족도 1위를 유지했다.

우편서비스의 전반적 만족도와 재이용 의향은 작년 대비 하락하였지만, 유용한 우편상품의 구비, 내·외부 시설환경, 이용요금의 적절성 등의 세부요소 항목에서 비교적 큰 폭의 상승이 보였다.

우편 74.9

• 인터넷TV(IPTV) : KT 영상 우수성으로 2년 연속 1위

스마트 TV의 위협에도 불구하고 가입자가 1000만 시대를 향해 가고 있으며 양방향 서비스의 확충과 고객맞춤형 상품 개발 등에 노력을 하고 있는 인터넷TV(IPTV)산업은 KT가 2년 연속 고객만족 1위 기업의 자리를 지키고 있다.

KT는 전반적 만족도와 재이용 의향에서 좋은 평가를 받았으며, 동작속도, 영상 및 음성의 품질, 리모컨 조작의 편리성, 회사 신뢰도 등 대부분의 요소항목에서도 경쟁 우위를 나타냈다.

KT 66.5
SK브로드밴드 65.0
LG유플러스 61.3

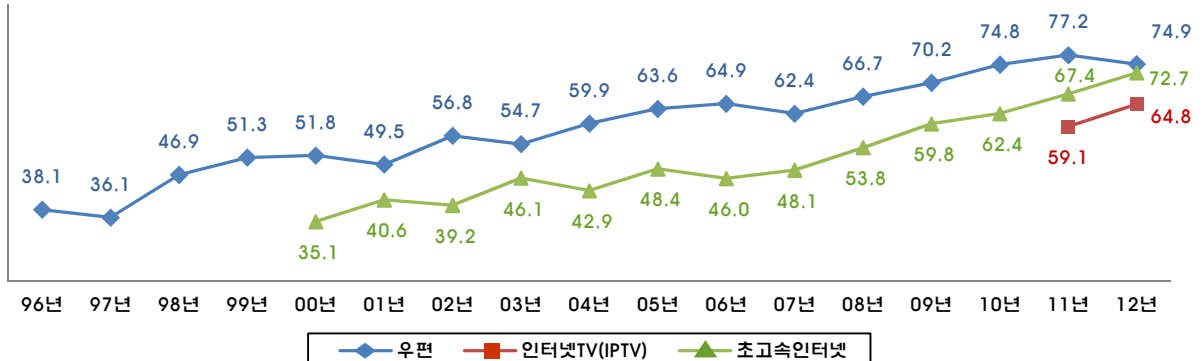
• 초고속인터넷: 속도 우수한 KT 9년 연속 1위 달성

결합 및 약정 등 다양한 프로모션을 통한 가격할인을 통해 가입자 유치 경쟁이 치열한 초고속인터넷 산업은 KT가 경쟁자들을 제치고 9년 연속 고객만족 1위를 굳건히 지키고 있다.

KT는 경쟁사 대비 전반적 만족도 및 재이용 의향에서 우수한 평가를 받았을 뿐 아니라, 사용 중 궁금, 속도 우수성, 설치직원의 업무능력/친절성, 회사의 신뢰도 등 대부분의 요소항목에서도 경쟁우위를 보였다.

KT 75.6
SK브로드밴드 70.6
LG유플러스 69.9

산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

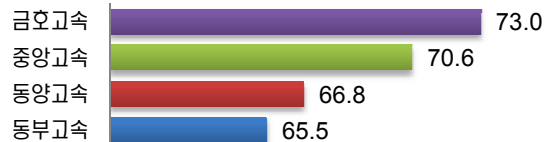
(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(고속버스, 항공)

● 고속버스: 금호고속 역대 10회 1위 달성

출발시간 지연, 예매 시스템의 불편 등의 불만들이 야기되고 있지만, 종합 예매 시스템 등의 획기적인 서비스 개선 노력을 통해 고속버스 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 금호고속이 7년 연속 1위 기업(역대 10회 1위)의 자리를 고수했다.

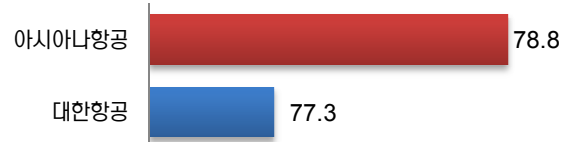
금호고속은 경쟁사 대비 전반적 만족도, 재이용 의향에서 높게 나타났으며, 출발시간 정확성, 안전운행, 냉난방 시설, 차량 청결성, 승차감 등의 요소항목에서도 좋은 점수를 나타냈다.



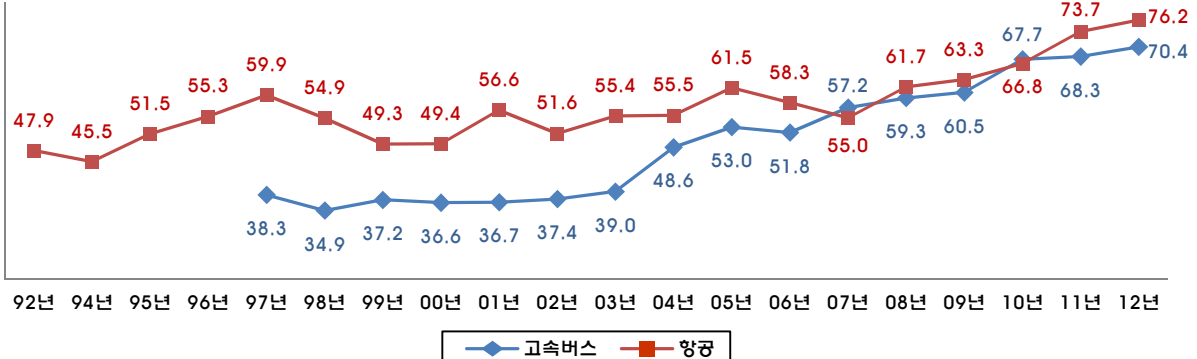
● 항공: 아시아나항공 우수한 서비스로 역대 16회 1위

저가항공사들의 시장 진입에 따라 경쟁이 치열해지고 있는 상황에서 초대형 항공기를 도입 및 서비스 개선에 노력하고 있는 항공 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 아시아나항공이 6년 연속 1위(역대 16회 1위)의 자리를 지켰다.

아시아나항공은 경쟁사 대비 전반적 만족도, 재이용 의향, 기내식 제공서비스(국제선만), 직원 응대 태도, 예약서비스 등에서 경쟁 우위로 나타났다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(철도, 지하철)

● 철도: 전년 대비 만족도 소폭 상승

안전 및 정시 운행에 대한 불만이 야기되고 있지만, 환승 도우미, 모바일 서비스 등 고객 편의성 제고를 위해 끊임없이 노력하고 있는 철도 산업의 만족도는 전년 대비 다소 상승하였다.

철도 산업은 전년 대비 전반적 만족도와 재이용 의향이 높게 나타났으며, 차내 냉·난방 시설, 열차표 변경/반환의 편리성, 할인 및 적립혜택, 안전 운행, 발착시간의 정확성, 회사 신뢰도 등의 항목에서 큰 폭의 상승세를 보이며 만족도 향상을 이끌었다.

철도 69.2

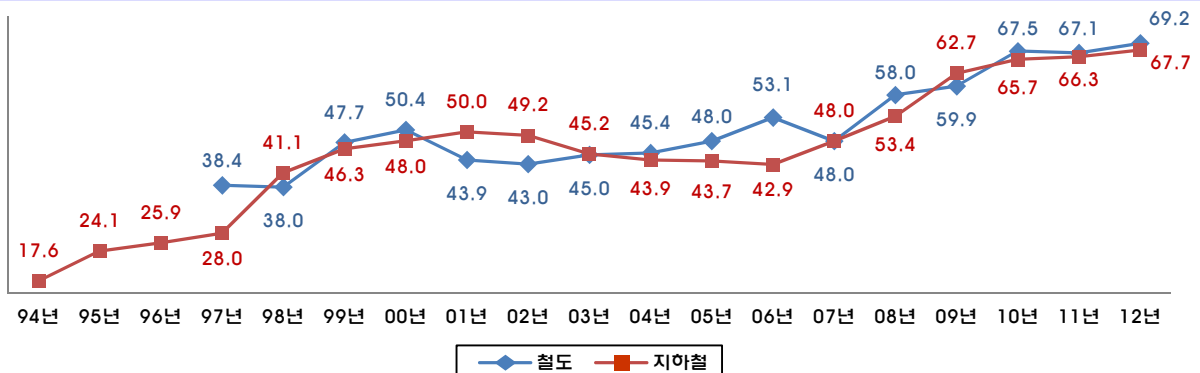
● 지하철: 대구지하철 8년 만에 1위 탈환

안전성과 편리성뿐만 아니라, 다채로운 체험 및 공연 등의 문화이벤트를 통해 고객만족경영을 실현하고 있는 지하철 산업의 만족도는 전년에 이어 꾸준한 상승 추세를 보이고 있으며 대구도시철도공사가 고객만족 1위(역대 4회 1위)자리를 탈환했다.

대구도시철도공사는 타 공사 대비 전반적 만족도와 재이용 이향에서 경쟁 우위를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

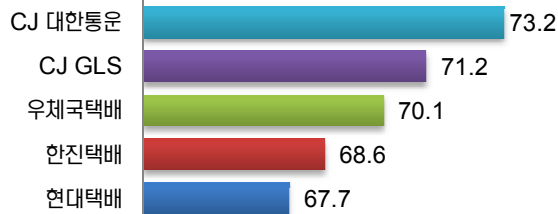
(3) 서비스업

■ 운수 및 보관(기타 운송 및 운송관련 서비스업)

● 택배: 높은 전반적 만족도로 CJ대한통운 4년 연속 1위

신속한 배송과 배송 추적 시스템 등을 제공하는 등 고객 편의 서비스를 지속적으로 개발하고 있는 택배산업의 만족도는 전년 대비 소폭 상승하였으며, CJ대한통운이 4년 연속 1위 자리를 지키는데 성공했다.

CJ대한통운은 전반적 만족도 및 재이용 의향에서 경쟁사 대비 우수한 평가를 받았으며, 집하 기사의 응대 태도 등의 세부 요소 항목에서도 좋은 평가를 받았다.



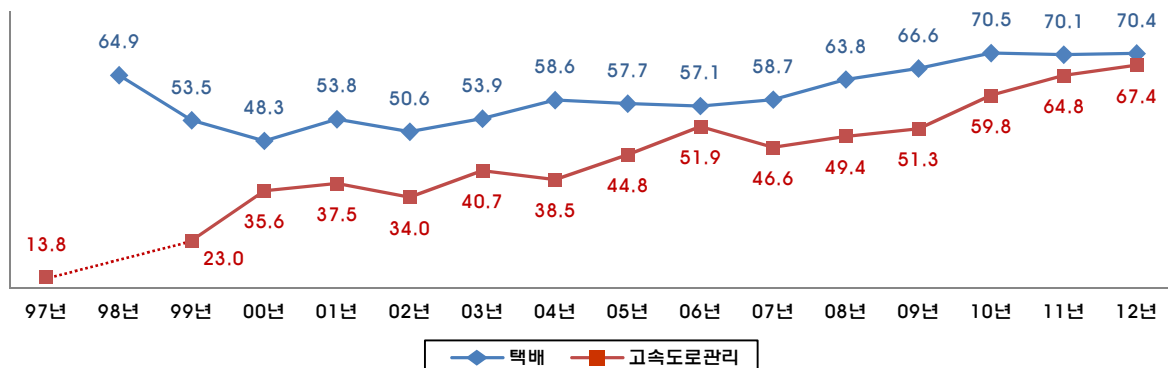
● 고속도로관리: 전년에 이어 만족도 상승세

지속적인 도로관리와 더불어 휴게소 환경 개선, 편의 시설의 다양화 등을 통한 고객만족을 위한 노력을 끊임없이 하고 있는 고속도로관리서비스의 만족도는 꾸준한 상승 추세를 나타내고 있으며, 올해에도 전년 대비 다소 상승했다.

고속도로관리서비스의 전반적 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 직원의 친절성, 휴게소의 음식/음료의 질, 품질대비 합리적 가격 등의 항목에서도 전년 보다 좋은 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 교육 서비스, 보건업

• 교육: 가장 낮은 수준의 만족도를 보이나 상승세 유지

교육행정서비스의 만족도는 전체 산업 중 치안행정과 함께 낮은 수준을 보이고 있으나, 점진적인 상승 추세는 올해도 이어져 전년 대비 소폭 상승했다.

교육행정서비스는 작년과 비해 학교의 안전성 항목에서는 하락하였지만, 교육 정책, 각종 입시제도, 적합한 교육방법, 교과목 구성의 우수성, 학교에 대한 신뢰성 등의 대부분의 요소항목에서 큰 폭의 상승을 하며 전체적인 만족도 수준을 끌어 올렸다.

교육 52.9

• 학습지: 재이용 의향 높은 대교 1위 자리 수성에 성공

스마트 러닝 트렌드에 맞춰 교육 콘텐츠와 스마트 기기를 결합한 단말기의 지급으로 새로운 경쟁 구도에 들어선 학습지 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 대교가 경쟁사들을 제치고 3년 연속 1위(역대 6회 1위) 자리를 지키는데 성공했다.

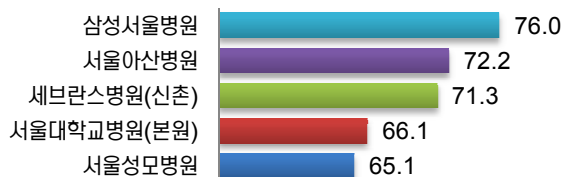
대교는 경쟁사 대비 재이용 의향에서 높은 점수를 보였으며, 체계적인 학습관리, 합리적인 가격 등의 항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 나타냈다.



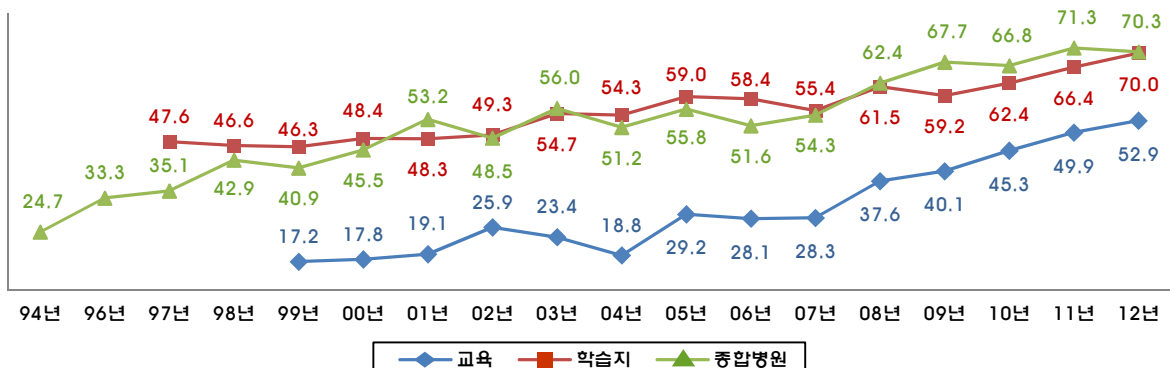
• 종합병원: 높은 신뢰도의 삼성서울병원 역대 16회 1위

고객(환자)을 우선으로 생각하는 인식이 확대되고 특히, 불만을 줄이기 위한 다양한 서비스 활동이 이루어지고 있는 종합병원 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며, 삼성서울병원이 14년 연속 1위(역대 16회 1위)를 달성했다.

삼성서울병원은 경쟁 병원 대비 전반적 만족도와 재이용 의향이 높게 나타났으며, 직원 응대 태도, 편리한 예약, 병원의 신뢰도 등의 세부 요소 항목에서 높은 만족도를 보였다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비재 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 오락, 문화 및 운동관련 서비스업

• 영화관: 높은 재이용 의향으로 CJ CGV 1위 탈환

멀티플렉스가 고객들로부터 사랑을 받으면서 복합 문화공간으로 거듭나고 있는 영화관 산업의 만족도는 전년 대비 소폭 하락하였으며 CJ CGV가 치열한 경쟁 속에서도 고객만족도 1위 (역대 2회 1위) 자리를 탈환하였다.

CJ CGV는 재이용 의향에서 월등한 경쟁 우위를 보였으며, 음향시설, 안락한 의자, 주차장의 이용 편리성, 영화관 신뢰도 등의 세부 요소항목에서 경쟁사 대비 높은 만족도를 나타냈다.



• 종합레저시설: 삼성에버랜드 18년 연속 부동의 선두 유지

주 5일제 수업이 실시됨에 따라 가족단위 내방객이 더욱 증가하고 다양한 볼거리 및 체험행사를 확대하여 고객 유지에 힘쓰고 있는 종합레저시설 산업의 만족도는 전년에 이어 상승세를 이어가고 있으며, 삼성에버랜드가 지속적인 경쟁 우위 속에 18년 연속 1위를 차지하는 기염을 토했다.

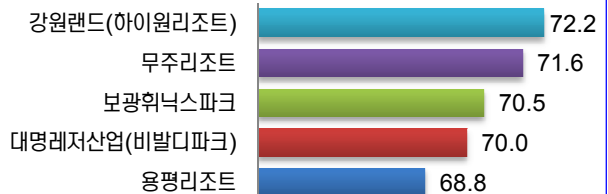
삼성에버랜드는 경쟁사 대비 전반적 만족도가 가장 높았으며, 놀이시설 종류의 다양성, 놀이시설 안전성, 놀이시설 안내, 회사의 신뢰도 등의 대부분의 요소항목에서도 경쟁 우위를 보였다.



• 스키장: 하이원리조트 4년 연속 선두 고수

트렌드에 맞춘 패키지 상품 및 할인혜택, 편의 서비스 제공 등의 다양한 고객만족 활동을 하고 있는 스키장 산업의 만족도는 전년에 이어 올해도 큰 폭의 상승세를 보였으며, 하이원리조트가 4년 연속 고객만족 1위 기업의 자리를 고수했다.

하이원리조트는 전반적 만족도, 재이용 의향에서 경쟁 우위를 보였으며, 슬로프상태 등의 세부항목에서 좋은 평가를 받았다.



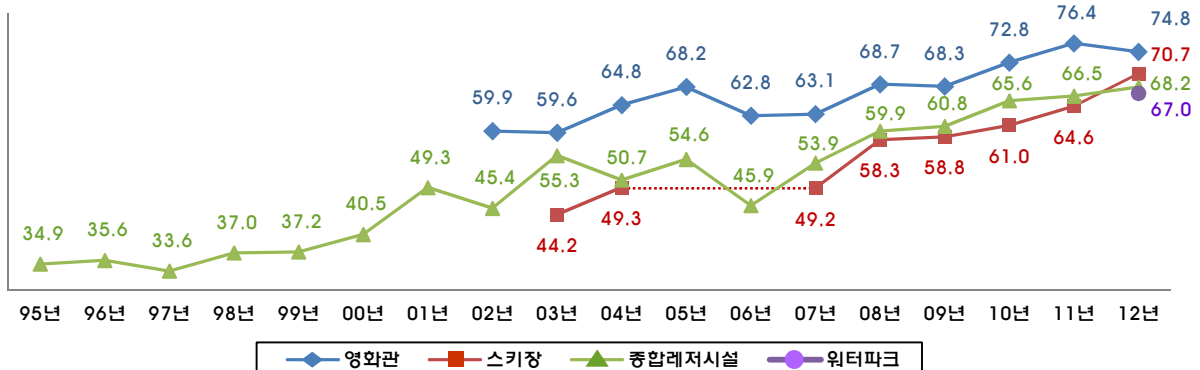
• 워터파크: 캐리비안베이 조사 첫 해 1위 영예

여가생활에 대한 관심이 높아지고 사계절 물놀이와 다양한 이벤트를 즐길 수 있는 워터파크 산업은 해마다 전체 이용객이 증가하고 있으며, 올해 신규 조사 대상이 되어 삼성에버랜드(캐리비안베이)가 첫 1위의 영예를 안았다.

캐리비안베이는 전반적 만족도, 재이용 의향에서 경쟁사 대비 높은 점수를 나타냈으며, 편리한 주차, 고객편의시설, 내·외부 시설환경, 안전한 물놀이 시설과 물놀이 시설의 다양성 등의 세부 요소항목에서도 경쟁 우위를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

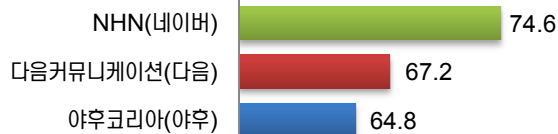
(3) 서비스업

■ 사업관련서비스업(정보 및 사업지원 서비스업), 임대업

● 검색포털사이트 : 정확한 검색 결과로 네이버 9년간 1위

정보와 지식의 공유 및 교류가 이루어지는 주요한 역할을 하는 검색포털사이트 산업의 만족도는 전년에 비해 다소 하락하였으며, NHN(네이버)이 9년 연속 1위 자리를 지켰다.

NHN(네이버)는 전반적 만족도, 재이용 의향에서 경쟁 우위를 보였으며, 검색 결과의 정확도, 정보 및 서비스 유용성, 해당 사이트 연결, 정보검색의 편리성 등의 항목에서도 우수한 평가를 받으며 고객의 선택을 받았다.



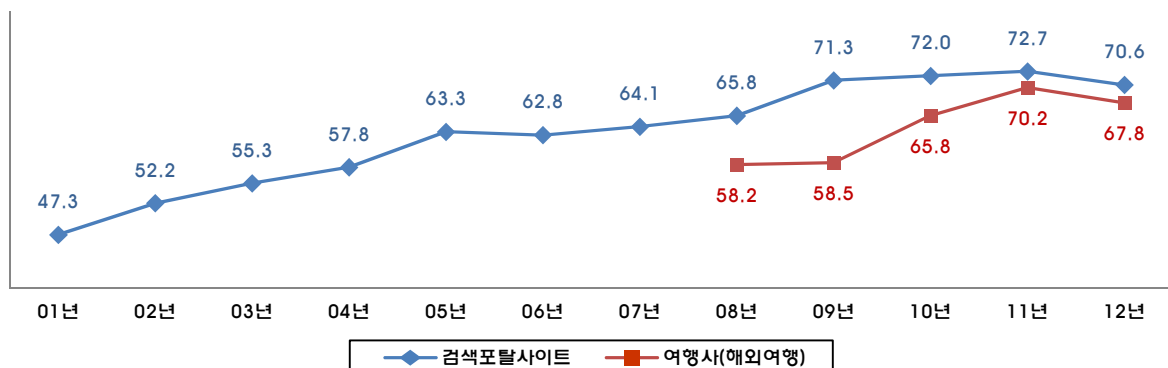
● 여행사(해외여행) : 하나투어 4년 연속 1위 고수

다양한 가격대의 상품들이 출시되고 해외여행이 일반화 되면서 지속성장하고 있는 여행사(해외여행) 산업의 만족도는 작년 대비 소폭 하락하였으며, 하나투어가 4년 연속 고객만족 1위 기업의 자리를 고수했다.

하나투어는 경쟁사 대비 전반적 만족도, 재이용 의향에서 경쟁 우위를 보였으며, 상담직원의 응대태도, 상품설명능력, 여행상품 다양성, 관광코스 및 프로그램에서 높은 만족도를 나타냈다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

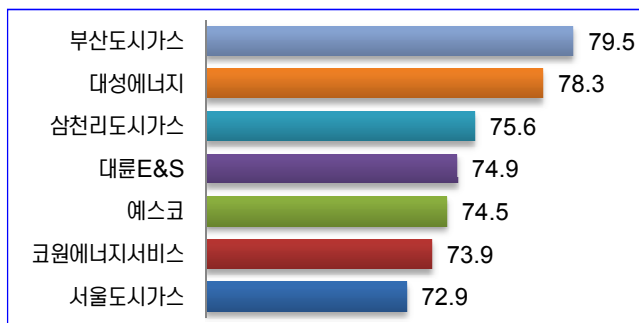
(3) 서비스업

■ 전기, 가스 및 수도

• 도시가스: 부산도시가스 10년 연속 부동의 1위 자리 고수

가격인상에 대한 이슈 속에 천연가스의 요금적용 방식을 발열량 기준으로 바꾸는 등 가격인하를 위한 노력을 하고 있는 도시가스 산업의 만족도는 전년 대비 상승하였으며, 부산도시가스가 10년 연속 1위 자리를 당당하게 차지했다.

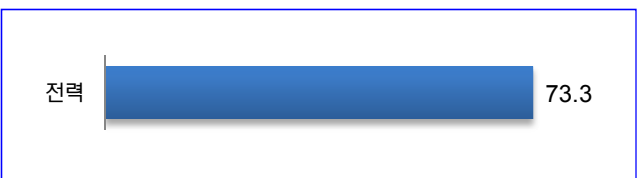
부산도시가스는 타 기관 대비 전반적 만족도에서 좋은 평가를 받았으며, 연결 신청 용이, 회사에 대한 신뢰도 등의 요소 항목에서 가장 좋은 평가를 받으며 1위 자리를 고수했다.



• 전력: 전년 대비 전반적 만족도 하락

전기요금의 인상 및 정확하지 못한 수요예측으로 인한 전력난 발생 등에 따른 이슈가 발생하여 에너지 절약 바람이 거세게 불고 있는 전력 산업의 만족도는 전년에 이어 비교적 큰 폭으로 하락했다.

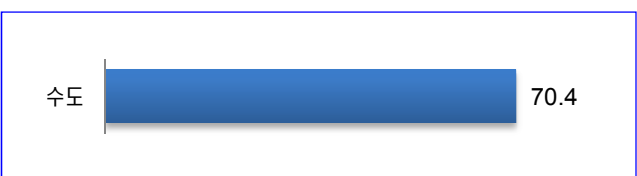
전력 산업은 전년에 비해 전력공급의 안전성, 회사에 대한 신뢰도 항목에서는 하락세를 보였지만 전력공급의 원활함, 편리한 요금납부 등의 세부요소 항목은 전년 대비 소폭 상승하였다.



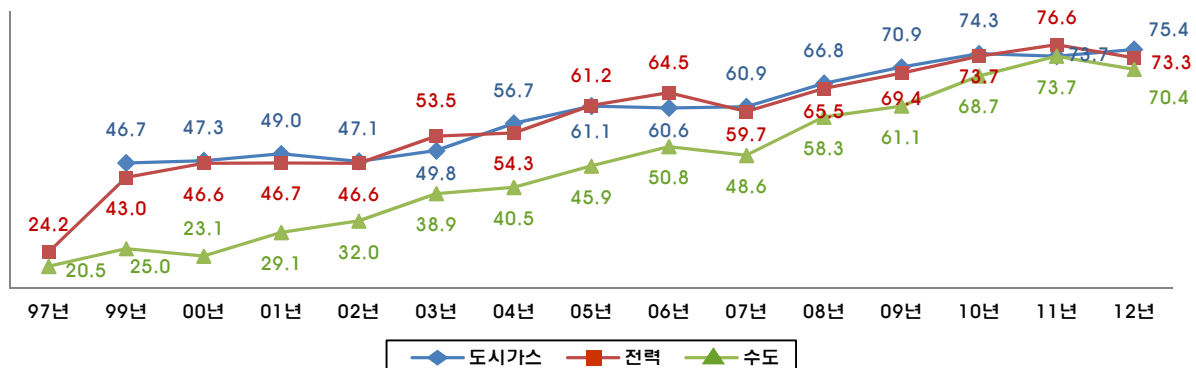
• 수도: 올해 전반적 만족도 하락

올해 수도 산업의 만족도는 전년 대비 하락하였으나, 전체 공공서비스 산업 중에서는 우편과 전력에 이어 높은 평가를 받았다.

수도 산업은 전년에 비해 전반적 만족도, 수질에 대한 안심도, 요금의 적절성 등의 항목에서 크게 하락하였고 깨끗한 물, 요금의 정확도 등의 세부 요소 항목에서 전년 대비 우수한 평가를 받았다.



산업별 KCSI 지수 추이



산업별 조사결과 요약

1) 주요산업의 KCSI 추이 및 특징

(1) 소비자 제조업

(2) 내구재 제조업

(3) 서비스업

■ 공공행정 서비스(등기, 세무, 치안)

• 등기소: 전년 대비 만족도 큰 폭으로 하락

등기서비스에 대한 고객만족도는 전년 대비 매우 큰 폭으로 하락했다.

등기서비스는 작년 대비 전반적 만족도가 크게 하락하였지만, 직원 친절도, 전화응대 태도, 합리적인 업무처리 항목은 나아진 결과를 보였다.

등기

60.9

• 세무서: 전년 대비 전반적인 만족도 큰 폭의 상승

세무서비스의 만족도는 올해 비교적 큰 폭으로 상승하는 결과 보였다.

세무서비스는 전년과 비교하여 전반적 만족도가 크게 상승하였고 세부 항목에서는 이용기관의 신뢰도가 가장 높은 점수를 얻었으며, 좋은 내·외부 시설과 환경, 직원 친절도, 전화 응대태도, 합리적인 업무처리 항목의 만족도는 소폭 향상 되었다.

세무서

66.9

• 치안: 전년에 비해 큰 폭의 만족도 하락

지난해 크게 상승했던 치안행정 서비스의 만족도는 올해 큰 폭으로 하락하였다.

특히 전반적 만족도는 전년 대비 매우 낮은 평가를 받았으며, 요소만족도 부분에서도 모든 항목들의 만족도가 낮아진 것으로 나타났다.

치안

50.2

산업별 KCSI 지수 추이

